

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PLN
(PERSERO) RAYON PANAM CABANG PEKANBARU**



OLEH :

RAHMAT PRAYOGA
10671004704

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2010**

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PLN (PERSERO) RAYON PANAM CABANG PEKANBARU

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



OLEH :

RAHMAT PRAYOGA
10671004704

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2010

ABSTRAK

Oleh

RAHMAT PRAYOGA

Penulis melakukan penelitian pada PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru , dalam pengambilan data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru. metode pengambilan sampel adalah dengan metode Random Sampling dari 100 orang pelanggan, Metode pengumpulan data Quesioner dan interview, Dengan analisis data deskriptif kualitatif. Metode statistic yang di gunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS for windows. Adapun tujuan penelitian ini yang pertama adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan yang kedua adalah Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53.051 dan P value sebesar 0.000. dan F_{tabel} sebesar 3.96. ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($53.051 > 3.96$) dan P value $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$. Ini berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat, atau dengan kata lain, variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil rekapitulasi jawaban responden tentang kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam rata-rata responden menyatakan netral atas kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam. Dan dari hasil rekapitulasi jawaban responden tentang Kepuasan Konsumen pada PT. PLN Rayon Panam rata-rata responden menyatakan netral atas kepuasan konsumen pada PT. PLN Rayon Panam.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.3.2. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4. Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 7 |
| 2.1. Pengertian Kualitas..... | 7 |
| 2.2. Pengertian Pelayanan | 12 |
| 2.3. Kualitas Pelayanan | 17 |
| 2.4. pengertian Konsumen..... | 19 |
| 2.5. Kepuasan Konsumen..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1. Lokasi Penelitian | 29 |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 30 |
| 3.4. Hipotesa..... | 30 |
| 3.5. Variabel Penelitian | 30 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.6. Analisa Data | 31 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 35 |
| 4.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 35 |
| 4.2. Profil PLN Wialayah Riauu dan Kepulauan Riau..... | 38 |
| 4.3. Peran dan Tujuan..... | 39 |
| 4.4. Visi dan Misi Perusahaan | 40 |
| 4.5. Struktur Organisasi..... | 41 |
| 4.6. Aktifitas Perusahaan..... | 46 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 5.1. Kualitas Pelayanan | 49 |
| 5.1.1. Bukti Fisik | 49 |
| 5.1.2.Keandalan..... | 53 |
| 5.1.3. Daya Tanggap | 56 |

| | |
|---|----|
| 5.1.4. Jaminan..... | 60 |
| 5.1.5. Empati | 63 |
| 5.1.6. Islam dan Masalah Pelayanan | 68 |
| 5.2. Kepuasan Konsumen..... | 69 |
| 5.2.1. Kualitas Produk | 70 |
| 5.2.2. Harga | 73 |
| 5.2.3. Service Quality | 77 |
| 5.2.4. Kinerja atau Prestasi Karyawan | 81 |
| 5.2.5. Biaya dan kemudahan | 84 |
| 5.3. Analisa Data | 90 |
| 5.4. Perhitungan Uji F | 90 |
| 5.5. Koefisien Determinasi (R^2) | 91 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| 6.1. Kesimpulan..... | 93 |
| 6.2. Saran | 94 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peranan pembangunan sangatlah penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat, baik pembangunan jangka pendek maupun pembangunan jangka panjang sebagaimana tercantum dalam Garis-garis Besar Haluan Negara sebagai pola umum pembangunan di segala bidang yang berlangsung secara terus menerus guna mewujudkan tujuan nasional sebagaimana di tuangkan dalam pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Mengingat arti pentingnya pembangunan disegala bidang, maka pemerintah menyusun program pembangunan baik di bidang fisik maupun spiritual, dimana pembangunan di bidang fisik merupakan pembangunan sarana dan prasarana dan juga melayani kebutuhan masyarakat guna memenuhi kebutuhan akan listrik yang merupakan kebutuhan pokok manusia yaitu penerangan dan keperluan industri.

Listrik merupakan hal yang crucial bagi kehidupan manusia, tanpa adanya listrik maka pembangunan tidak akan berjalan seperti sekarang ini. Apalagi dalam mengantisipasi pasar bebas dan era globalisasi, mau tidak mau energi listrik merupakan suatu keharusan sebagai penunjang bagi semuanya. PLN sebagai salah satu perusahaan pemerintah yang bersifat melayani kepentingan umum, keberadaanya di harapkan mampu berperan aktif dalam pembangunan dan bertanggung jawab dalam penyediaan listrik bagi masyarakat, seiring dengan berjalannya waktu, Indonesia mengalami perkembangan pembangunan di segala

bidang yang lumayan tinggi dan juga di sertai dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat.

Oleh karena itu sebagai perusahaan daerah yang bergerak di bidang listrik yang memenuhi kebutuhan penerangan dan keperluan industri bagi masyarakat, PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru dalam menjalankan aktifitasnya tidak mengutamakan kepentingan perusahaan saja, akan tetapi lebih mengutamakan kebutuhan masyarakat akan listrik dalam meningkatkan kesejahteraan dan keamanan masyarakat.

PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru mempunyai kegiatan utama mengelola pembangkit listrik dan pembangunan jaringan transmisi serta distribusi. Sedangkan tugas pokoknya adalah menyelenggarakan tugas operasi yang menyangkut pelaksanaan operasional perusahaan, pendistribusian dan penjualan tenaga listrik juga dapat menyelenggarakan pembangkit tenaga listrik. PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru selalu berusaha melakukan kegiatan operasionalnya sebaik mungkin agar misi PT. PLN (Persero) dapat tercapai sekaligus yaitu misi sosial dan misi ekonomis. Adapun misi sosial mengandung maksud agar perusahaan mampu meningkatkan secara lebih luas, sedangkan misi ekonomis mengandung maksud bahwa keberadaan perusahaan tersebut mampu mengoptimalkan keuntungan dari hasil operasinya. Oleh karena itu PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru senantiasa berupaya agar memperoleh pendapatan dengan cara penjualan jasa kelistrikan kepada pelanggan. Sehingga kelancaran pembangunan ketenagalistrikan dapat terjaga.

PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru merupakan perusahaan BUMN yang *mensupply* energy listrik untuk melayani kebutuhan masyarakat yang keberadaannya diharapkan mampu meningkatkan produktifitas masyarakat dalam usaha merealisasikan pembangunan regional dan nasional. Maka aktifitas operasionalnya perlu di laksanakan sebaik mungkin sehingga misi PT. PLN itu sendiri bergeser dari usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat kearah yang berorientasi kepada usaha profit motif. Peningkatan kebutuhan masyarakat akan listrik di kota pekanbaru di tandai dengan adanya peningkatan jumlah masyarakat yang menjadi pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru Tahun 2005 – 2009.

| Tahun | Jumlah Pelanggan (Orang) | Peningkatan Jumlah Pelanggan (%) |
|-------|-----------------------------|-------------------------------------|
| 2005 | 42.566 | - |
| 2006 | 42.643 | 0.20 |
| 2007 | 42.697 | 7.91 |
| 2008 | 42.743 | 0.10 |
| 2009 | 42.811 | 0.15 |

Sumber : PT. PLN (Persero) Rayon Panam

Ditinjau dari tabel di atas dapat di lihat adanya pertambahan atau peningkatan jumlah pelanggan di mana pada tahun 2005 tercatat sebanyak 42.566 orang pelanggan, tahun 2006 meningkat menjadi 42.643 orang pelanggan atau meningkat 0.20% dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2007 jumlah pelanggan meningkat lagi menjadi 42.697 orang atau meningkat menjadi 791% kemudian pada tahun 2008 jumlah pelanggan meningkat lagi menjadi 42.743 orang atau menjadi 0.10% dari tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2009 jumlah pelanggan

meningkat lagi menjadi 42.811 orang pelanggan atau meningkat sebesar 0.15% dari tahun sebelumnya.

Pertambahan dan peningkatan jumlah pelanggan seperti terlihat pada tabel diatas, dimana hal ini juga akan menambah dan meningkatkan beban kerja pada karyawan, khususnya bagian tata usaha langganan, karena karyawan pada bagian ini langsung berhubungan dan berurusan dengan para pelanggan.

Untuk menangani jumlah pelanggan yang senantiasa bertambah dan meningkat diatas, sudah jelas akan sangat ditentukan oleh jumlah karyawan yang cukup dengan keterampilan yang memadai, sehingga dapat dihindari kendala-kendala atau hambatan yang mungkin akan timbul dalam pelayanan pelanggan.

Dengan mengemukakan hal di atas, maka penulis ingin melihatnya dimana dalam hal ini penulis tuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul:

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PLN (PERSERO) RAYON PANAM CABANG PEKANBARU”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang di hadapi perusahaan tersebut yaitu: Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.3.2. Manfaat Penelitian

- a. Dengan penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan.
- b. Untuk menambah pengetahuan dan penerapan Ilmu yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan.
- c. Untuk bahan referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan

1.4. Sistematika Penulisan

Sebelum di uraikan lebih lanjut tentang penulisan skripsi ini, maka untuk mempermudah dan memberikan pemahaman tentang isi dari penulisan skripsi penelitian ini, maka penulis membagi penulisan dalam 6(enam) bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latarbelakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Menguraikan tentang beberapa teori yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu mengenai pengertian kualitas, pelayanan, kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan konsumen, mempertahankan konsumen, hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta analisa data.

BAB IV : GAMBAR UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan tentang sejarah singkat, struktur organisasi, dan aktifitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang mencakup analisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan tentang kesimpulan dan saran sehubungan dengan masalah yang di bahas dalam penulisan ini.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Pengertian Kualitas

Dalam setiap kegiatan pembelian baik itu berupa barang atau jasa, setiap konsumen selalu berharap memperoleh barang atau jasa yang sesuai dengan yang di inginkannya sehingga ia merasa puas atas pengeluaran yang di lakukannya untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

Tidak jarang kita melihat orang-orang tertentu yang rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk memperoleh kepuasan dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk tertentu. Tentu saja yang mereka butuhkan adalah produk-produk yang memiliki kualitas yang baik.

Kualitas yang baik untuk jenis produk bias muncul dengan sendirinya atau terjadi begitu saja, tetapi di butuhkan pengkajian dan pemahaman yang tepat mengenai factor-faktor kualitas itu sendiri.

Menurut A.V. Feigenbaum (2000 : 6) kualitas adalah sesuatu yang di putuskan pelanggan yang di dasarkan atas pengalaman nyata pelanggan terhadap produk atau jasa yang kemudian di ukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut.

Menurut Soewarso Hardjosoedarmo (2000 : 57) kualitas adalah karakteristik atau atribut dari sesuatu yang merupakan penilaian subjektif customer.

Dari uraian di atas dapat kita lihat bahwa kualitas merupakan hasil penilaian pelanggan berdasarkan apa yang di alaminya setelah ia memakai produk atau jasa yang di hasilkan oleh sebuah perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan yang sifatnya subjektif.

Dalam menilai produk secara umum memiliki kesamaan dengan penilaian kualitas jasa, tetapi untuk lebih memperjelas dan lebih memahami mengenai kualitas jasa maka yang di ulas di sini hanya mengenai kualitas-kualitas jasa pelayanan.

Criteria karakteristik dari kualitas jasa dapat di jabarkan sebagai berikut:

(Ibrahim, 2000 : 3)

1. Realibility

Konsistensi dalam kerja dan ketahanannya, kinerja benar sejak awal pertama kali, menepati janji dan akurat dalam spesifikasi, sesuai dengan iklan dan table.

2. Responsivenees

Tanggap terhadap klain dan protes konsumen, kesiapan karyawan dalam memberikan service pada waktu yang di perlukan, cepat reaksi atas perubahan lingkungan misalnya teknologi, peraturan, prilaku konsumen yang berubah harus di antipasti dengan kemungkinan penawaran baru untuk produk atau jasa yang belum ada di pasar.

3. *Competence*

Menguasai keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk memberikan service yang di perlukan.

4. *Acces*

Kemudahan pendekatan dan akses, waktu tunggu pendek, jam operasional yang relative panjang.

5. *Courtesy*

Sikap sopan santun, respek, perhatian tulus dan keramahan dari personil karyawan, sabar mendengar keluhan pelanggan.

6. *Communication*

Pemberian informasi kepada konsumen, dalam bahasa yang di pahami oleh konsumen, mendengarkan suara konsumen, menyesuaikan bahasa kepada kebutuhan konsumen yang berbeda, menjelaskan prihal service atau jasa yang di tawarkan dan bagaimana masalah yang timbul akan di atasi.

7. *Credibility*

Kepercayaan, keandalan, kejujuran, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi dan karyawan perusahaan.

8. *Security*

Bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan, kamanan fisik, keamanan financial, kerahasiaan.

9. *Understanding*

Memahami konsumen, berusaha memahami kebutuhan konsumen, belajar memahami konsumen yang spesifik, memberikan perhatian pribadi, memperhatikan langganan yang baru, maupun regular dan loral.

10. *Assurance*

Memiliki sumber daya manusia, dan teknologi serta fasilitas untuk memberikan jaminan, memenuhi kebutuhan konsumen dengan jasa purna jual jangka panjang, bukan sesaat saja sewaktu menyerahkan barang.

11. *Tangible*

Bukti fisik adanya jasa (service), fasilitas fisik, penampilan personil karyawan, perangkat untuk menyediakan jasa, pelayanan jasa kemudahan dan efisiensi bagi konsumen, dan service yang melekat pada produk.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat kita lihat bahwa dalam menilai mutu jasa yang diberikan suatu perusahaan maka untuk memperoleh nilai yang benar-benar objektif dapat dilakukan dengan cara penilaian terhadap jawaban yang diberikan pelanggan atas faktor-faktor tersebut.

Secara garis besar kualifikasi mutu yang diharapkan setiap konsumen adalah adanya keamanan, kenyamanan, dan pelayanan yang memuaskan.

Menurut Daming yang dikutip oleh **Soewarso Hardjosoedarmo (2000 :**

3) syarat-syarat untuk mendapatkan mutu yang baik adalah:

1. Pimpinan perusahaan harus mampu memprediksikan produk maupun jasa yang dihasilkan untuk jangka waktu 10, 15 atau 20 tahun yang akan datang.
2. Mutu tersebut ditentukan oleh pelanggan
3. Dikembangkan ukuran-ukuran untuk menilai efektifitas upaya, guna memenuhi kebutuhan pelanggan
4. Kepuasan pelanggan harus menjadi syarat bagi mutu
5. Kualitas jasa harus menentukan harga pokok dan jasa

Dari uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam mencapai tingkat kualitas pelayanan yang baik, kepuasan pelanggan harus menjadi acuan utama dalam menentukan kebijaksanaan yang akan diterapkan perusahaan. Kebijaksanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan tersebut juga menyangkut bagian karyawan karena dalam prakteknya para karyawan ini yang nantinya akan berhadapan langsung dengan pengguna jasa.

Keberhasilan memperoleh hasil kerja berkualitas seperti yang diuraikan di atas akan mudah tercapai apabila pimpinan dan manajemen perusahaan memberikan contoh yang baik serta melakukan bimbingan, pendidikan serta latihan kepada karyawan dan yang paling utama adalah menerapkan falsafah perusahaan sehingga mempermudah pemahaman karyawan atas keinginan-keinginan perusahaan.

Sementara itu *the american society for quality control* seperti dikutip oleh **Philip Kotler dan Gary Armstrong (2000 : 602)** mendefinisikan mutu sebagai berikut: mutu adalah sifat dan karakteristik total dari sebuah produk atau jasa yang berhubungan erat dengan kemampuannya memuaskan kebutuhan pelanggan.

Definisi yang berorientasikan pelanggan ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan telah mencapai kualitas terpadu hanya kalau produk atau jasanya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Jadi tujuan dasar dari gerakan kualitas mutu terpadu dewasa ini sudah berubah menjadi kepuasan pelanggan terpadu (*total customer satisfaction*), mutu di nilai dengan kepuasan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan.

2.2. Pengertian pelayanan (*Service*)

Kegiatan utama perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah memberikan suatu pelayanan atau memberikan jasa yang memuaskan kepada para konsumen yang membutuhkannya. Karena jasa tidak dapat di lihat fisiknya, diraba atau tidak berwujud maka pemberi jasa tersebut harus mampu memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen bahwa jasa yang di berikan itu dapat mendatangkan kepuasan tertentu bagi pemakainya.

Pelayanan merupakan penunjang suatu produk sekaligus dapat di lihat sebagai pusat keseluruhan paket produksi untuk memenuhi kebutuhan selera pelanggannya. Perusahaan yang menganut konsep layanan jelas mengorientasikan diri pada pelanggan (*Customer Oriented*) dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Perusahaan menetapkan pelayanan sebagai tujuan perusahaan berdasarkan pemikiran bahwa langganan lebih berminat menginginkan penjelasan.

Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang. Lebih dapat di rasakan dari pada di miliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran pelayanan harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang.

Adapun pengertian dari pelayanan adalah suatu aktifitas ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, kebutuhan-kebutuhan psikologis yang di perlukan seseorang (**Sulastiyono, 2005 : 14**).

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai aktifitas pada pemasok dan pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan (**Gazpersz, 2002 : 142**).

Pelayanan adalah layanan terhadap peminat konsumen dengan tujuan memberikan keyakinan kepada konsumen (**Soeratno, 2007 : 111**).

Membedakan service (pelayanan) dalam marketing menjadi 4 macam yaitu:

- a. Layanan itu sendiri sebagai produk jasa, artinya kita harus mampu menganggap layanan yang kita jual tersebut sebagai produk yang tersendiri dari berbagai elemen.
- b. *In Sales Service*, artinya layanan yang di berikan pada waktu penjualan sedang berlangsung.
- c. *After Sales Service* yang di sebut “layanan purna jual”
- d. *Before Sales Service* (**Herman Karta Jaya 2002 : 123**)

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan penunjang pemasaran suatu perusahaan dalam rangka mempertahankan dan memenangkan persaingan. Apabila pelayanan di abaikan dalam kegiatan pemasaran bisa menimbulkan rasa tidak puas pihak langganan dan ini akan merugikan pihak perusahaan. (**Fandi Tjiptono, 2003 : 145**).

Adapun yang menjadi peraturan-peraturan tentang pembayaran rekening listrik (**Diktat Khusus PLN, 2000**) yaitu:

- a. Konsumen datang ke PLN atau loket yang telah di tentukan oleh pihak PLN
- b. Pelanggan dapat membayar rekening listrik melalui:

- Tempat pembayaran yang telah di tentukan
 - Pemindah bukuan Bank (Giralisasi)
- c. Lokasi pembayaran di buka setiap hari kerja pada jam yang telah di tentukan oleh PT. PLN setempat.
- d. Setiap pembayaran rekening listrik, pelanggan harus menunjukkan nomor rekening yang bersangkutan.

Suatu perusahaan harus melakukan usaha-usaha untuk mempertahankan keadaan tersebut, mungkin saja dalam kurun waktu yang begitu lama keadaan tersebut bisa berubah hal ini di sebabkan karena adanya usaha-usaha di pihak pesaing atau perusahaan lain yang berusaha merebut pasar yang baru itu. **(Radiusunu, 2001 : 319).**

Persaingan yang ada pada masyarakat usaha tidak hanya pada segi mutu dan jumlah, tetapi juga dalam hal layanan, yang mana persaingan semakin seru dan memuaskan. **(H. Moenir, 2000 : 136).**

Seperti yang kita ketahui bersama pemasaran produk maupun jasa kepada konsumen memiliki beberapa variable yang harus di perhatikan sehingga apa yang diharapkan oleh perusahaan penghasil jasa dan pelanggan sebagai pemakai jasa dapat di penuhi.

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa misalnya usaha pertokoan dan rumah makan dan retoran-restoran serta produk yang menghendaki after sales service, arti pentingnya pelayanan sudah banyak disadari. Oleh karena itu dalam usaha jasa di kenal dengan istilah atau ungkapan “pembeli adalah raja”

dan kita harus melakukan pelayanan sebaik mungkin seakan-akan kita melayani seorang raja.

Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan.

Menurut (R. A. Supriyono, 2000 : 219) Pelayanan merupakan salah satu yang terpenting dalam memasarkan suatu barang. Adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas dan ingin kembali berbelanja. Adapun yang di maksud dengan pelayanan adalah kegiatan yang di selenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga di layani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.

Beberapa bentuk pelayanan yang dapat di berikan dalam memasarkan suatu produk kedalam pasar (**Sofyan Assauri, 2001 : 197**) sebagai berikut:

1. Pelayanan dari segi fisik
2. Pelayanan dari segi personal
3. Pelayanan dari segi proses

Secara spesifik (**H. Munir (2000 : 3)**) membagi pelayanan dalam bentuk kategori, yaitu:

1. Pelayanan lisan
2. Layanan dalam tulisan
3. Layanan perbuatan

Menurut S.K. Bonar (2001 :37) untuk menarik langganan dan mempertahankan langganan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan

dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu di lakukan oleh suatu perusahaan karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka.

Pelayanan yang baik atau bermutu menurut Wyckof seperti dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2001 : 155)** dapat terangkum dalam suatu produk pelayanan yang di kenal dengan nama *service excellence* yaitu: keamanan, kenyamanan, keramahan, dan ketetapan waktu.

Sasaran yang ingin di capai dengan penerapan *service excellence* bagi pelanggan, karyawan dan perusahaan adalah:

1. Memuaskan pelanggan, sehingga:
 - a. Bagi pelanggan kebutuhannya akan terpenuhi
 - b. Bagi karyawan akan lebih percaya diri
 - c. Bagi perusahaan akan terkesan lebih profesional
2. Meningkatkan jurnal pelanggan
 - a. Bagi pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang baik
 - b. Bagi karyawan menjadi kepuasan pribadi
 - c. Bagi perusahaan kelangsungan perusahaan akan terjamin
3. Meningkat penjualan produk dan jasa
 - a. Bagi pelanggan merasa dipercaya sebagai mitra bisnis
 - b. Bagi karyawan menambah kesenangan kerja
 - c. Bagi perusahaan mendorong masyarakat untuk berbisnis dengan perusahaan

4. Meningkatkan pendapatan perusahaan
 - a. Bagi pelanggan merasa menemukan perusahaan yang professional
 - b. Bagi karyawan memupuk semangat dalam meniti karier
 - c. Bagi perusahaan mendorong untuk ekspansi dan meningkatkan laba perusahaan

2.3. Kualitas pelayanan

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sudah menjadi sebuah harga yang harus di bayar oleh perusahaan agar dapat *survive* dalam bisnisnya. Apabila kualitas dahulu masih dapat menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hamper semua perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah menjadi satu-satunya senjata andalan dalam persaingan.

Definisi dari **(Nasution (2004 : 47))** bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas jasa atau pelayanan lebih sulit diukur jika di bandingkan dengan kualitas barang. Kualitas jasa atau pelayanan adalah berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan **(Tjiptono, 2001 : 51).**

Kualitas pelayanan sesuatu yang di putuskan oleh pelanggan yang didasarkan atas pengalaman nyata pelanggan terhadap produk atau jasa yang kemudian di ukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut **(Baum,2001 : 6).**

Menurut pengertian yang lain kualitas adalah karakteristik atau atribut dari sesuatu yang merupakan penilaian subjektif konsumen (**Hardjosoemarso, 2003: 57**).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh manajemen sumber daya yang ada untuk meningkatkan kualitas produk dengan maksud konsumen puas.

Setiap konsumen atau pelanggan mempunyai pilihan dalam jasa yang menurutnya lebih baik dari yang lain. Apalagi di era global ini, maka perlu di bangun suatu system kualitas modern yang menunjang kualitas suatu produk dan jasa. Jadi karakteristik dari system kualitas modern ini antara lain (**Gazpersz, 2002 : 95**):

- a. System kualitas berorientasi kepada pelanggan
- b. Partisipasi yang di pimpin oleh manajemen puncak
- c. Pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk kualitas
- d. Berorientasi kepada tindakan pencegahan kerusakan
- e. Filosofi yang menganggap bahwa kualitas adalah jalan hidup.

Dalam hal kualitas pelayanan banyak faktor yang harus di perhatikan sebagaimana yang di kemukakan oleh paramusadi (**Lupiyoadi, 2001 : 148**) bahwa ada lima faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang harus diperhatikan oleh perusahaan, dalam hal kualitas pelayanan tersebut yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa.
2. Keandalan (*reability*) yaitu suatu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.4. Pengertian konsumen

Sebagai perusahaan public utility yang tugasnya memberikan jasa listrik, PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru akan selalu berhubungan dengan konsumen atau pelanggan.

Untuk lebih jelasnya perlu kita ketahui lebih dahulu pengertian dari pada pelanggan itu sendiri. Konsumen ialah para pemakai barang-barang dan jasa

secara continue atau biasa juga di sebut bahwa pelanggan ialah orang yang melakukan pembelian secara berulang ulang.

Pengertian konsumen menurut **(Rambat Lupiyoadi, 2001:143)** adalah seorang yang secara continue dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Berkenaan dengan konsumen, maka perusahaan dapat memasarkan produk yang di hasilkan di kelompokan beberapa jenis pasar konsumen, sebagai sasarannya. **(Philip Kotler, 2000 : 180)** yaitu:

1. Pasar konsumen

Yaitu individu dan rumah tangga yang mernbeli barang dan jasa untuk dikonsumsi.

2. Pasar pemerintah dan pasar non-laba

Yaitu pemerintah dan lembaga-lembaga non-laba yang membeli barang dan jasa untuk memproduksi jasa publik atau mentransfer barang dan jasa ini kepada pihak yang memerlukan.

3. Pasar Internasional

yaitu pembeli yang ada diluar negeri, termasuk konsumen, produsen, penjual dan pemerintah asing.

Sasaran PLN dalam hal ini di golongankan ke dalam empat jenis pasar pelanggan yaitu pasar konsumen, pasar produsen, pasar pemerintah . hal ini di sebabkan konsumen atau atau pelanggan tersebut terdiri dari orang perorangan atau rumah tangga, perusahaan swasta dan pemerintah.

Pemakaian akan listrik ini pun di gunakan langganan dalam berbagai motif, ada untuk keperluan pribadi atau untuk konsumsi pribadi, ada yang di gunakan untuk industri dan untuk melayani umum. Dimana telah di sebutkan di atas bahwa pelanggan adalah orang yang melakukan pembelian secara berulang kali. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan hendaknya dapat di pertahankan pelanggan yang ada dan sebaiknya dapat menambah pelanggan untuk masa yang akan datang.

Konsumen merupakan faktor yang menentukan terhadap perkembangan suatu perusahaan, sehingga dapat di katakan bahwa salah satu kunci keberhasilan dari suatu perusahaan adalah apabila perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang baik hingga pelanggan itu merasa puas. Apabila pelanggan telah mendapatkan kepuasan dari suatu perusahaan maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap suatu perusahaan.

2.5. Kepuasan Konsumen

Untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen amatlah penting karena dengan terciptanya suatu kepuasan akan dapat menciptakan loyalitas konsumen tersebut. Apabila pelanggan sudah loyal dengan produk jasa yang di tawarkan ini merupakan asset bagi perusahaan hal ini dapat di lakukan dengan peningkatan kualitas jasa yang di tawarkan.

Menurut Supranto (2001 : 44) istilah kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang di rasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja dengan hasil yang di rasakan. (**Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2003 : 102**).

Menurut Kotler (2004 : 10) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.

Menurut Purnomo (2003 : 195) mengartikan kepuasan konsumen sebagai “Perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan” maksudnya bahwa kepuasan konsumen tercipta jika pelanggan merasakan *output* atau hasil pekerjaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan konsumen.

Menurut (**Barnes, 2003 : 64**) menyatakan kepuasan adalah tanggapan konsumen atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian konsumen atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan konsumen.

Kuswadi (2004 : 16) kepuasan konsumen yaitu perbedaan antara harapan konsumen dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari beberapa dekat harapan konsumen atas produk atau jasa tertentu dengan dayaguna dan manfaat yang di rasakan dari produk atau jasa tersebut. menurut Kotler definisi tentang kepuasan konsumen adalah: kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya (**Kotler, 2001 : 42**).

Para konsumen hanya akan mau menggunakan jasa suatu perusahaan apabila suatu perusahaan yang melayani pelanggan itu dapat memberikan kepuasan dan nilai tepat pada waktu yang telah di tentukan dan terdapat pula kemudahan-kemudahan yang lainnya (**Drucker, 2005 : 123**).

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi atas performance produk atas jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui.

Berdasarkan studi literatur dan pengalaman menjadi konsultan berbagai perusahaan di Indonesia, menurut Handi Irawan ada lima factor utama pendorong kepuasan konsumen, yaitu (**Irawan, 2003 : 37**):

1. Kualitas produk

konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Harga

Untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapat value for money yang tinggi.

Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga.

3. Service Quality

Service Quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi, dan manusia. Factor manusia memegang kontribusi 70%. Tidak mengherankan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan sulit di tiru. Kualitas pelayanan merupakan deiver yang mempunyai banyak dimensi.

4. Kinerja atau Prestasi karyawan

Kinerja produk dan sistem pengiriman tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi bekerjasama dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen. Setiap orang dalam organisasi mempengaruhi konsumen, baik hal-hal yang menyenangkan atau pun yang tidak menyenangkan.

5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Kontribusi masing-masing factor diatas dapat juga berubah dari waktu ke waktu untuk suatu industri. Besarnya bobot tiap factor ini relative murah di ketahui dengan melakukan survey pasar. Pelanggan dapat di tanyakan secara langsung mengenai kepuasan mereka dan tingkat kepentingan dari masing-masing factor tersebut dalam mempengaruhi kepuasan mereka.

Filosofi manajemen merupakan kekuatan dasar untuk mewujudkan desain dengan standar kepuasan konsumen. Filosofi manajemen tersebut mencakup hal sebagai berikut (**Yamit, 2001 : 82**):

- a. Menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan kunci sukses
- b. Memberdayakan staf organisasi
- c. Anggota organisasi bertindak sebagai pelayanan
- d. Menyadari bahwa konsumen selalu benar

Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen manfaat yang di peroleh antara lain (**Tjiptono, 2003 : 78**):

- a. Hubungan perusahaan dengan para pelanggan jadi harmonis
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang
- c. Dapat mendorong terciptanya rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan
- d. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- e. Reputasi perusahaan menjadi lebih baik dimata pelanggan
- f. Laba yang diperoleh menjadi meningkat

Perusahaan yang berorientasi kepada kepuasan konsumen atau pembeli, maka akan dapat menjadikan konsumen tersebut loyal terhadap produk atau jasa yang di tawarkan. Dan sebaliknya jika konsumen atau pembeli dapat di sebabkan oleh beberapa hal, (**Alma, 2002 : 3**):

- a. Tidak sesuai harapan dengan konsumen
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan

- c. Prilaku personal kurang menyenangkan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan kurang menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- f. Promosi atau iklan terlalu muluk

Ada beberapa metode yang dapat di gunakan oleh perusahaan untuk mengukur dan meninjau kepuasan konsumen (**Tjiptono, 2002 : 102**):

- a. System keluhan dan saran

Setiap perusahaan berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan suatu saran, pendapat dan keluhan.

- b. Survei kepuasan konsumen

Melalui survey perusahaan akan di peroleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga member tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Richard F. Gerson, Ph D dalam bukunya “mengukur kepuasan konsumen” manfaat pengukuran mutu dan kepuasan bias diringkas dalam empat butir sebagai berikut (**Gerson, 2002 : 33**):

- a. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian di terjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada para konsumen.

- b. Pengukuran bias dijadikan dasar menentukan standar kinerja prestasi yang harus di capai yang akan mengarahkan mereka mutu yang semakin baik dan kepuasan konsumen meningkat.
- c. Pengukuran memberitahu apa yang harus di lakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya, informasi ini juga bias langsung datang dari konsumen.
- d. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana terutama bila konsumen sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang member pelayanan.

Ada bebarapa faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen atau pelanggan sebagai berikut: **(Kuswadi, 2004:17):**

a. Mutu produk atau jasa.

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

b. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh konsumen, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan konsumen maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan konsumen yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

c. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

d. Waktu penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. Keamanan.

konsumen akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan konsumen tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Lokasi Penelitian

Data dan informasi yang di perlukan ini, penulis peroleh dari PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Soebrantas No. 42 Panam. Khususnya penulis memperoleh data dan informasi dari konsumen yang menunggak rekening listrik di daerah Panam dan sekitarnya.

1.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang di ambil dalam penelitian ini adalah data Primer dan data Sekunder yaitu:

a. **Data Primer**

Yaitu data yang di peroleh dari hasil interview maupun quisioner yang berasal dari pelanggan PT. Perusahaan Listrik Negara (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru yang berupa tanggapan responden tentang kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak perusahaan dan kepuasan konsumen itu sendiri.

b. **Data Sekunder**

.yaitu berupa laporan yang berhubungan dengan lokasi penelitian, yakni jumlah konsumen, sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan aktifitas perusahaan.

1.3. Populasi dan Sampel

Yang di maksud dengan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang ada pada PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru.

Berdasarkan metode Slovin (**Husein Umar 2003:146**) sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{42.811}{1 + 42.811 (10\%)^2} \\n &= \frac{42.811}{1 + 4281} \\n &= \frac{42.811}{4.282} \\n &= 99.97 \\&= 100 \text{ orang.}\end{aligned}$$

Jadi sampel yang di ambil adalah 100 orang pada tahun 2009, pengambilan sampel di ambil dengan metode Random Sampling.

1.4. Hipotesa

Diduga kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru.

1.5. Variabel penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan variabel yang akan di teliti yaitu:

1. Kualitas pelayanan (X)
2. Kepuasan konsumen (Y)

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang di butuhkan dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan teknik sebagai berikut:

a. Interview

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan, kepala bagian pelayanan konsumen, dan para konsumen yang memiliki masalah dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak perusahaan.

b. Quisioner

Quisioner di sini penulis mengajukan daftar pertanyaan berupa angket kepada pelanggan yang menjadi populasi untuk memperoleh jawaban yang penulis butuhkan.

1.7. Analisa Data

Dalam penganalisaan data ini, data yang di peroleh dari hasil interview maupun quisioner di tabulasikan kemudian dianalisa secara deskriptif kualitatif yaitu penganalisaan yang bersifat penguraian maupun penyelesaian yang selanjutnya akan di ambil kesimpulan, kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang relevan guna mendapatkan jalan pemecahannya.

Analisis regresi berganda (*Multivariate Regression*) merupakan suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas/ independen terhadap variabel terikat.

Analisis regresi berganda dapat dinyatakan dengan persamaan berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Disini dapat dimasukkan kedalam fungsi linier berganda (*multiple linear regression*) dengan bentuk persamaan matematika :

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen (variabel tak bebas/ terikat)

X = Kualitas Pelayanan (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi atau nilai Parameter

e = Variabel Error

Untuk mengukur tingkat hubungan antara kedua variabel maka perlu dilakukan pengujian statistik dengan metode-metode di bawah ini:

A. Pengujian Kolinear Model

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen X_1, X_2, X_3 . Hipotesis yang digunakan adalah:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

(Model regresi linier berganda tidak signifikan atau dengan kata lain tidak ada hubungan linier antara variabel independen terhadap variabel dependen)

$$H_1 : b_i \neq 0$$

(Model regresi linier berganda signifikan atau dengan kata lain ada hubungan linier antara variabel independen terhadap variabel dependen)

Pengambilan kesimpulan dari pengujian adalah sebagai berikut:

Bila $F_{hit} > F_{tabel} \rightarrow$ Tolah H_o

$F_{hit} < F_{tabel} \rightarrow$ Terima H_o

Nilai F merupakan sebuah nilai statistik F dengan derajat bebas $k - 2$ dan $n - k$.

B. Hipotesis dan Pengujian Koefisien Regresi Parsial

Menguji ada hubungan linier antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

$H_0 : b_i = 0$ (tidak ada hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen)

1. $H_1 : b_i \neq 0$ (ada hubungan linier antara variabel dependen dengan variabel independen)
2. $H_1 : b_i > 0$ (ada hubungan linier antara variabel dependen dengan variabel independen secara positif)
3. $H_1 : b_i < 0$ (ada hubungan linier antara variabel dependen dengan variabel independen secara negatif)

Selanjutnya untuk membuktikan pengujian hipotesis apakah terdapat pengaruh yang signifikan yaitu dengan membandingkan uji F hitung dengan F tabel, yaitu apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat (H_o ditolak, H_i diterima), tetapi apabila F_{hitung} lebih kecil dari pada F_{tabel} ($F_{hitung} < F_{tabel}$) berarti variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (H_o diterima, H_i ditolak).

C. Kriteria Statistik

a. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

c. Uji t

Uji t dipakai untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah singkat perusahaan

Ketenagalistrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad ke 19, pada saat beberapa perusahaan Belanda, antara lain pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Ketenagalistrikan untuk kemanfaatan umum mulai ada pada saat perusahaan swasta Belanda yaitu N V. Nign, yang semula bergerak di bidang gas memperluas usahanya di bidang penyediaan listrik untuk kemanfaatan umum. Pada tahun 1927 pemerintah Belanda membentuk s`Lands Waterkracht Bedriven (LWB) , yaitu perusahaan listrik negara yang mengelola PLTA Plengan, PLTA Lamajan , PLTA Bengkok Dago , PLTA Ubrug dan Kracak di Jawa Barat, PLTA Giringan di Madiun, PLTA Tes di Bengkulu, PLTA Tonsea lama di Sulawesi Utara dan PLTU di Jakarta. Selain itu di beberapa Kotapraja dibentuk perusahaan-perusahaan listrik Kotapraja.

Pada masa perjanjian belanda sampai permulaan tahun 1942 di Indonesia telah ada dan di kenal badan ataupun perusahaan yang menyediakan tenaga listrik baik milik pemerintah daerah otonom maupun swasta milik patungan antara pemerintah dan swasta.

Pada saat pendudukan jepang, mulai permulaan tahun 1942 seluruh perusahaan listrik tersebut di ambil alih oleh pemerintah jepang. Beberapa waktu setelah proklamasi kemerdekaan Negara kesatuan republic Indonesia 17 agustus 1945 . beberapa karyawan berasal dari perusahaan-perusahaan listrik dan gas dari

daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jakarta di pelopori oleh unsure pemudanya mengadakan pertemuan di Jakarta dengan maksud membicarakan langkah-langkah lanjut setelah proklamasi kemerdekaan. Mereka menemui tokoh-tokoh pemerintahan Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP) Pusat dan pemuda-pemuda pejuang proklamasi di Jakarta.

Dengan kesepakatan pendirian dan tekad yang bulat pemuda karyawan listrik dan gas yang mewakili masing-masing daerah tersebut kembali ke daerahnya masing-masing dan bersama-sama dengan seluruh karyawan yang ada di masing-masing perusahaan listrik dan gas mereka mengadakan aksi merebut dan mengambil alih secara serempak perusahaan-perusahaan listrik dan gas yang dikuasai Jepang untuk diserahkan kepada dan menjadi milik pemerintah Republik Indonesia.

Presiden Republik Indonesia menyambut dan menerima penyerahan ini. Perusahaan-perusahaan listrik dan gas yang ada saat itu kemudian disebut Jawatan Listrik dan Gas, dan dengan penetapan pemerintah nomor I/S.D. tahun 1945 tanggal 27 Oktober 1945 Jawatan Listrik dan Gas ditetapkan masuk dalam Departemen Pekerjaan Umum.

Mulai saat itu penyediaan tenaga listrik nasional seluruh Indonesia berada ditangan pemerintah Republik Indonesia. Tanggal 27 Oktober 1945 mempunyai nilai historis dan nilai formal sebagai mulainya pengelolaan ketenagalistrikan secara nasional di Indonesia.

Hari bersejarah ini di peringati untuk pertama kalinya pada tanggal 27 oktober 1946 dan bertempat di gedung badan pekerja komite nasional Indonesia pusat, Jl. Malioboro- Jogjakarta.

Dengan keputusan menteri pekerjaan umum dan tenaga No. 20 tahun 1960 tanggal 19 Oktober 1960 menetapkan: menyatakan tanggal 27 Oktober sebagai hari listrik/gas selanjutnya tanggal 27 oktober sebagai listrik/gas terus di peringati sampai tahun 1974.

Dengan keputusan menteri pekerjaan umum dan tenaga listrik No 253/KPTS/1975 tanggal 30 september 1945 peringatan hari listrik/gas tanggal 27 oktober di tiadakan dan disatukan kedalam hari kebangkitan pekerjaan umum dan tenaga listrik tanggal 3 desember.

Dengan menyerahnya pemerintah Belanda kepada Jepang dalam perang dunia 11, maka Indonesia dikuasai Jepang. Oleh karena itu, perusahaan listrik dan gas yang ada diambil alih oleh Jepang, dan semua personil dalam perusahaan listrik tersebut diambil alih oleh orang-orang Jepang. Dengan jatuhnya Jepang ke tangan sekutu, dan diproklamirkannya kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, maka kesempatan yang baik ini dimanfaatkan oleh pemuda dan buruh listrik dan gas untuk mengambil alih perusahaan-perusahaan listrik dan gas yang dikuasai Jepang.

Pada tahun 1992 melalui keputusan mentri pertambangan dan energy nomor 1134.k/43/M.PE/1992 tanggal 31 agustus 1992 tentang hari listrik nasional, tanggal 27 oktober di tetapkan kembali untuk di peringati, yaitu bahwa penetapan hari listrik nasional adalah dalam rangka usaha untuk meningkatkan

idealisme, motivasi dan semangat kerja, memupuk jiwa korsa, rasa persatuan dan kesatuan di kalangan masyarakat ketenagalistrikan.

A. Profil PLN Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau

PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau yang memiliki 4 kantor cabang, terdiri dari Cabang Pekanbaru, Cabang Dumai, Cabang Tanjung Pinang dan Cabang Rengat sedang berusaha untuk mewujudkan visi perusahaan, yaitu "Menjadi perusahaan kelas dunia yang tumbuh, berkembang, unggul dan terpercaya", melalui pelaksanaan dua misi utama. Misi pertama adalah "Melakukan Bisnis Kelistrikan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, karyawan, pemilik dan akrab lingkungan". Sedangkan misi kedua adalah "Menjadikan tenaga listrik untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi".

Dengan pelaksanaan visi dan misi tersebut diatas, diharapkan PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dapat menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan penugasan dari pemerintah di bidang ketenagalistrikan dalam rangka menunjang pembangunan nasional dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau mengemban suatu amanah besar bagi pelayanan kelistrikan di bumi lancang kuning ini. Perubahan ke arah perbaikan pelayanan pun terus dilakukan, antara lain dengan dilakukannya perubahan Organisasi PLN di Riau, yaitu dengan adanya Keputusan Presiden No. 139 Tahun 1998 Tanggal 11 September 1998 tentang Tim Restrukturisasi dan

Rehabilitasi PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero). PLN telah menerbitkan Keputusan Direksi No. 113.K/010/DIR/2001 Tanggal 25 Mei 2001 sehingga PLN Wilayah III berubah status menjadi PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Sumbar Riau termasuk di dalamnya pembentukan Wilayah Usaha Riau. Kemudian PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Riau dipisah menjadi PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar dan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau yang berdiri sendiri sesuai Keputusan Direksi No. 089.K/010/DIR/2002 Tanggal 2 Juli 2002 tentang Perubahan Pengorganisasian Unit Bisnis di Lingkungan PT. PLN (Persero). Dan yang terakhir diterbitkan Keputusan Direksi No. 300.K/010/DIR/2003 Tanggal 19 November 2003 tentang Organisasi PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Sekarang PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau telah memiliki empat kantor, yaitu Kantor Wilayah, Kantor Cabang Pekanbaru, Kantor Cabang Tanjung Pinang, Kantor Cabang Dumai, dan Kantor Cabang Rengat.

Dengan pembentukan Organisasi PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau ini, diharapkan percepatan peningkatan pelayanan kelistrikan di Bumi Lancang Kuning ini dapat berjalan secara efektif dan efisien dengan tetap berfokus pada sistem manajemen yang berbasis pada kepuasan pelanggan.

B. Peran Dan Tujuan

- Menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dan sekaligus akumulasi profit berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.
- Mengusahakan penyediaan tenaga listrik dalam jumlah dan mutu yang memadai dengan tujuan :

- Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata serta mendorong peningkatan kegiatan ekonomi.
- Mengusahakan keuntungan agar dapat membiayai pengembangan.
- Merintis kegiatan usaha menyediakan tenaga listrik.
- Menyelenggarakan usaha usaha lain yang menunjang penyediaan tenaga listrik sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

C. Visi Dan Misi

- **Visi**

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang bertumbuh-kembang, Unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada Potensi Insani.

- **Misi**

1. Menjalankan bisnis ketenagalistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan, dan pemegang saham
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan

2. Struktur Organisasi

Umumnya struktur organisasi mengacu pada peran dan tugas yang akan dilaksanakan dalam upaya merealisasikan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dan sudah barang tentu sebagai alat utama mencapai tujuan. Untuk itu unit-unit yang

asa dalam organisasi haruslah terkoordinir, terjalinnya suatu koordinasi yang baik serta mampu membawa perusahaan kearah pencapaian tujuan.

Selanjutnya dapat di katakan bahwa organisasi juga merupakan sekelompok orang yang terorganisasi dalam proses pencapaian tujuan. Hal ini di kemukakan oleh Earl. J Ends dalam bukunya “Organization Team Building” yakni pada bentuknya yang amat sederhana, suatu organisasi perusahaan terdiri dari sekelompok orang-orang yang terorganisasi untuk menyelenggarakan pekerjaan secara bersama-sama dengan upayanya memberikan jasa atau produk untuk di perdagangkan yang hasilnya dapat di alirkan bagi kepentingan usaha, penanaman modal dan resiko yang akan terjadi.

Organisasi menurut Earl. J Ends ini mengandung tiga sifat dasar, yaitu adanya suatu tujuan, suatu struktur dan proses. Suatu tujuan merupakan suatu target yang di harapkan organisasi dari aktifitas orang-orang sebagai anggota organisasi yang terorganisir dalam suatu struktur dan terproses dalam suatu hubungan kerja sama diantara sesama anggota organisasi.

Jadi pada hakikatnya organisasi ini meliputi orang-orang yang bekerja sama dalam bentuk aktifitas kerja dan hubungan kerja ini baik antara orang-orang ataupun fungsi-fungsi harus ditetapkan, diatur dan disusun sehingga merupakan suatu kerangka yang mempunyai pola yang tetap, susunan yang logis dan bentuk teratur pola yang tetap ini disusun dalam suatu struktur yang di dalamnya ditunjukkan secara jelas kedudukan, wewenang serta tanggung jawab masing-masing, di katakan oleh Drs. Sutarto, bahwa struktur organisasi adalah kerangka antara hubungan satuan-satuan organisasi yang didalamnya terdapat pejabat, tugas

serta wewenang yang masing-masing mempunyai peranan tertentu dalam kesatuan yang utuh.

Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa struktur organisasi tergambar hubungan yang bersifat hirarkis, dimana hubungan-hubungan tersebut dapat bersifat formal dan informal. Hubungan yang formal biasanya telah diatur dalam susunan organisasi dan biasanya tergambar dalam bagan organisasi. Sedangkan hubungan pribadi kesamaan keahlian para individu-individu, juga kesamaan kepentingan orang-orang tertentu. Namun hubungan yang informal ini tidak tertera dalam bagan organisasi.

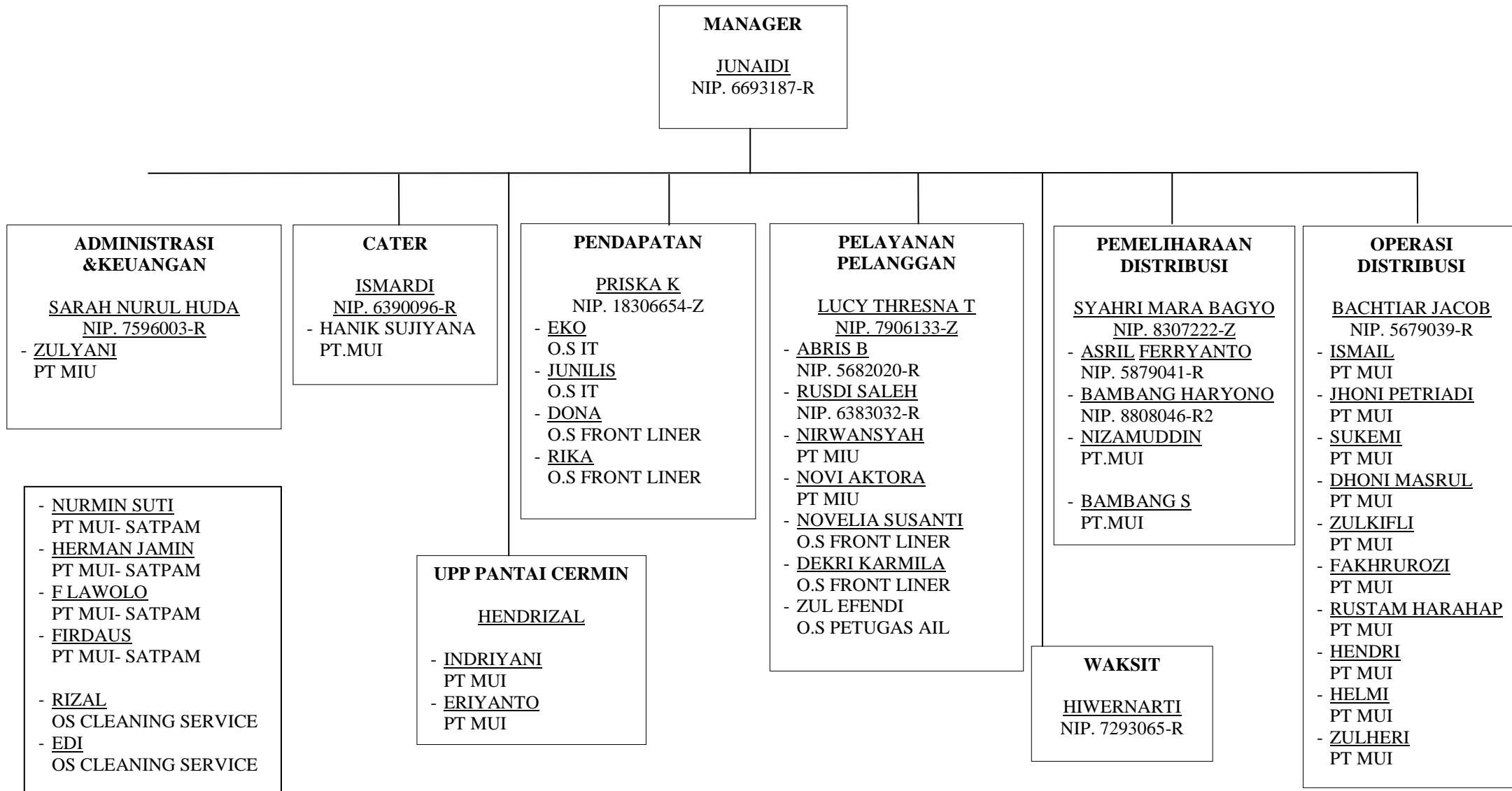
Struktur organisasi yang baik adalah sehat dan efisien yang berarti tiap-tiap satuan organisasi yang ada dapat menjalankan peranannya dengan baik dan masing-masing sector organisasi dapat mencapai perbandingan yang terbaik antara usaha dan hasil kerja.

Begitu juga dengan PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru. Struktur organisasi merupakan syarat yang utama dan mutlak guna meningkatkan pekerjaan dan tanggung jawabnya sebagai perusahaan Publik Utility yang melayani masyarakat. Selain dari pada itu, baik buruknya ketatalaksanaan tergantung dari organisasi perusahaan tersebut.

Organisasi membawaw ketegasan dan batas-batas tanggung jawab masing-masing petugas dari jabatan tertentu yaitu dari jabatan yang tertinggi sampai jabatan yang terendah. Ketegasan dan pembatasan tanggung jawab akan membawa tiap karyawan baik anggota maupun pimpinan, kepadanya di berikan jabatan masing-masing untuk melakukan tugas dengan sebaik-baiknya.

Adapun struktur organisasi yang terdapat dalam PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru adalah sebagai berikut:

**DAFTAR STRUKTUR ORGANISASI
PT. PLN (PERSERO) RAYON PANAM
CABANG PEKANBARU**



Dari gambar tersebut, terlihat bahwa posisi menejer merupakan posisi tertinggi dalam perusahaan listrik Negara cabang pekanbaru dan merupakan pejabat yang mempunyai kekuasaan tertinggi dalam melakukan aktivitas perusahaan sehari-hari.

Dari gambar. 1 tersebut dapat di lihat bahwa di bawah maneger terdapat beberapa kepala seksi yang membantu manager dalam melakukan aktifitas perusahaan sehari-hari.

Berikut di paparkan tugas pokok dan fungsinya pada perusahaan listrik Negara cabang pekanbaru Rayon Panam, yaitu:

A. Administrasi dan Keuangan

Mempunyai tugas pokok melaksanakan pengurusan keuangan, pajak , asuransi, kesekretariatan , perbekalan dan keamanan. Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, bagian administrasi dan keuangan mempunyai fungsi:

1. Pelaksanaan tata usaha penggajian dan pengupahan
2. Pengolahan dan daur kas
3. Pengadaan material dan jasa borongan untuk pengoperasian dan pemeliharaan sarana pendistribusian tenaga listrik.

B. Cater

Mempunyai tugas pokok melaksanakan pembuatan rekening listrik penggunaan tenaga listrik dan penagihannya.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut cater mempunyai fungsi:

1. Pelaksanaan pelayanan kepada calon pelanggan dan pelanggan tenaga listrik
2. Penyampaian informasi penyambungan tenaga listrik
3. Pelaksanaan pembacaan KWH meter pelanggan
4. Pencatatan jumlah pelanggan dan jenis tarifnya

C. Pemeliharaan distribusi

Mempunyai tugas pokok melaksanakan pengoperasioann system pendistribusian tenaga listrik dan penerbitan penggunaan jaringan listrik pada pelanggan dan melaksanakan pemeliharaan jaringan distribusi tenaga listrik

D. Operasi distribusi

Mempunyai tugas pokok melaksanakan system pendistribusian tenaga listrik dan kebutuhan material untuk pengoperasian serta pemeliharaan sarana pendistribusian tenaga listrik.

4.6. Aktifitas Perusahaan

Perusahaan listrik Negara (PLN) Cabang pekanbaru Rayon Panam adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha penyediaan tenaga listrik yang sesuai dengan nilai-nilai dan syarat yang di tentukan dan bertujuan untuk melayani kepentingan masyarakat yaitu dengan cara penyaluran aliran listrik ke konsumen.

Aktifitas perusahaan merupakan kegiatan-kegiatan yang terjadi di dalam dan di luar perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi jalannya perusahaan. Dengan aktifitas perusahaan yang lancar di

harapkan akan dapat mendorong tercapainya tujuan perusahaan secara efektif dan efisien dalam usaha meningkatkan hasil seoptimal mungkin.

Aktivitas PT. PLN (Persero) Cabang Pekanbaru Rayon Panam akan menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum yang meliputi kegiatan pembangkitan distribusi sampai dengan titik pemisahan, sekaligus memperoleh keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Perusahaan merencanakan dan melaksanakan pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik serta dapat di beri tugas pekerjaan usaha penunjang penyediaan tenaga listrik. Dalam hal ini perusahaan atas persetujuan menteri dapat bekerja sama dengan badan usaha lain tanpa menyalahi peraturan yang ada.

Perusahaan listrik Negara Cabang Pekanbaru Rayon Panam sebagai perusahaan milik Negara melakukan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau masyarakat dengan menjual arus listrik kepada konsumen. Hal ini didasarkan pada peraturan RI No. tahun 1990 pasal 6 yang berbunyi sebagai berikut:

1. Dengan mengindahkan prinsip-prinsip ekonomi demi terjaminnya keselamatan kekayaan Negara. Perusahaan menyelenggarakan penyediaan tenaga listrik yang meliputi kegiatan pembangkitan, transmisi dan distribusi sampai dengan titik pemakaian
2. Dalam menyelenggarakan usaha tersebut, perusahaan melakukan perencanaan dan pengembangan sarana penyediaan tenaga listrik dan pengembangan penyediaan tenaga listrik

3. Dengan persetujuan menteri, perusahaan dapat diberikan tugas pekerjaan, guna menunjang penyediaan tenaga listrik

Perusahaan mengusahakan penyediaan tenaga listrik dalam jumlah dan mutu memadai, harga jual tenaga listrik tersebut ditetapkan oleh presiden berdasarkan usulan menteri. dalam mengatur dan menetapkan harga jual tenaga listrik tersebut pemerintah harus senantiasa memperharikan kepentingan rakyat dan kemampuan dari rakyat serta pelayanan yang memuaskan.

Untuk memenuhi permintaan tenaga listrik dari semua kelompok pemakai menurut sifat dan golongannya diadakan berbagai macam golongan pemakai berdasarkan sifat pemakainya. Harga jual tenaga listrik antara pemegang kuasa usaha ketenagalistrikan dan pemegang izin usaha ketenagalistrikan ditetapkan oleh pemerintah atas dasar kesepakatan kedua belah pihak. Penjualan atau pembelian tenaga listrik dari dalam atau luar oleh pemerintah.

Dengan aktifitas tersebut maka perusahaan bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata serta mendorong kegiatan ekonomi agar lebih maju.
2. Mengusahakan keuntungan agar dapat membiayai pengembangan penyesuaian tenaga listrik untuk melayani kebutuhan masyarakat.
3. Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha penyediaan tenaga listrik yang belum dapat dilaksanakan oleh swasta dan koperasi.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas yang baik untuk jenis produk biasa muncul dengan sendirinya atau terjadi begitu saja, tetapi di butuhkan pengkajian dan pemahaman yang tepat mengenai factor-faktor kualitas itu sendiri. Kualitas merupakan hasil penilaian pelanggan berdasarkan apa yang di alaminya setelah ia memakai produk atau jasa yang di hasilkan oleh sebuah perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan yang sifatnya subjektif.

Dalam menilai produk secara umum memiliki kesamaan dengan penilaian kualitas jasa, tetapi untuk lebih memperjelas dan lebih memahami mengenai kualitas jasa maka yang di ulas di sini hanya mengenai kualitas-kualitas jasa pelayanan. Dalam mencapai tingkat kualitas pelayanan yang baik, kepuasan pelanggan harus menjadi acuan utama dalam menentukan kebijaksanaan yang akan diterapkan perusahaan. Kebijakan yang akan di terapkan oleh perusahaan tersebut juga menyangkut bagian karyawan karena dalam prakteknya para karyawan ini yang nantinya akan berhadapan langsung dengan pengguna jasa.

Jawaban responden tentang kualiatas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

5.1.1 Bukti Fisik

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan

prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa. Jawaban responden tentang bukti fisik dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5.1 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki ruangan yang nyaman dan bersih

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.0% |
| 2 | Setuju | 17 | 17.0% |
| 3 | Netral | 52 | 52.0% |
| 4 | Tidak setuju | 26 | 26.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki ruangan yang nyaman dan bersih dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5%, setuju sebanyak 17 orang atau 17%, kemudian netral sebanyak 52 orang atau 52%, dan tidak setuju sebanyak 26 orang atau 26%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memiliki ruangan yang nyaman dan bersih.

Kemudian jawaban responden tentang Karyawan PT. PLN Rayon Panam berpenampilan menarik dan rapi dalam melaksanakan tugas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.2 Jawaban responden tentang Karyawan PT. PLN Rayon Panam berpenampilan menarik dan rapi dalam melaksanakan tugas

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.0% |
| 2 | Setuju | 41 | 41.0% |
| 3 | Netral | 47 | 47.0% |
| 4 | Tidak setuju | 6 | 6.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 1 | 1.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang Karyawan PT. PLN Rayon Panam berpenampilan menarik dan rapi dalam melaksanakan tugas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5%, setuju sebanyak 41 orang atau 41%, kemudian netral sebanyak 47 orang atau 47%, dan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1% Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Karyawan PT. PLN Rayon Panam berpenampilan menarik dan rapi dalam melaksanakan tugas.

Selanjutnya jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki peralatan yang lengkap dan modern dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.3 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki peralatan yang lengkap dan modern

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.0% |
| 2 | Setuju | 33 | 33.0% |
| 3 | Netral | 54 | 54.0% |
| 4 | Tidak setuju | 8 | 8.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki peralatan yang lengkap dan modern dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5%, setuju sebanyak 33 orang atau 33%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 54%, dan tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memiliki peralatan yang lengkap dan modern.

Dan jawaban responden tentang design ruangan PT. PLN Rayon Panam sangat menarik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.4 Jawaban responden tentang design ruangan PT. PLN Rayon Panam sangat menarik

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.0% |
| 2 | Setuju | 23 | 23.0% |
| 3 | Netral | 54 | 54.0% |
| 4 | Tidak setuju | 17 | 17.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.4 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang design ruangan PT. PLN Rayon Panam sangat menarik dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6%, setuju sebanyak 23 orang atau 23%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 54%, dan tidak setuju sebanyak 17 orang atau 17%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan online kepada konsumen.

Tabel 5.5 Rekapitulasi jawaban responden tentang Bukti fisik pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Bukti fisik | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|---|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam memiliki ruangan yang nyaman dan bersih | 5 | 17 | 52 | 26 | 0 | 100 |
| | | 5.00% | 17.00% | 52.00% | 26.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam berpenampilan menarik dan rapi dalam melaksanakan tugas | 5 | 41 | 47 | 6 | 1 | 100 |
| | | 5.00% | 41.00% | 47.00% | 6.00% | 1.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam memiliki peralatan yang lengkap dan modern | 5 | 33 | 54 | 8 | 0 | 100 |
| | | 5.00% | 33.00% | 54.00% | 8.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | Design ruangan PT. PLN Rayon Panam sangat menarik | 6 | 23 | 54 | 17 | 0 | 100 |
| | | 6.00% | 23.00% | 54.00% | 17.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 21 | 114 | 207 | 57 | 1 | 400 |
| | Rata-rata | 5 | 29 | 52 | 14 | 0 | 100 |
| | Persentase | 5.25% | 28.50% | 51.75% | 14.25% | 0.25% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.5 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Bukti Fisik pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6.25%, setuju sebanyak 29 orang atau 28.50%, kemudian netral sebanyak 52 orang atau 51.75%, dan tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14.25%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Bukti Fisik pada PT. PLN Rayon Panam.

5.1.2 Keandalan

Suatu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Jawaban responden tentang keandalan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.6 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan online kepada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 3 | 3.0% |
| 2 | Setuju | 38 | 38.0% |
| 3 | Netral | 55 | 55.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.6 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan online kepada konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3%, setuju sebanyak 38 orang atau 38%, kemudian netral sebanyak 55 orang atau 55%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan online kepada konsumen.

Kemudian jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.7 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.0% |
| 2 | Setuju | 37 | 37.0% |
| 3 | Netral | 50 | 50.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.7 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9%, setuju sebanyak 37 orang atau 37%, kemudian netral sebanyak 50 orang atau 50%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen.

Selanjutnya jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang cepat dalam bertransaksi dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.8 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang cepat dalam bertransaksi.

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 3 | 3.0% |
| 2 | Setuju | 51 | 51.0% |
| 3 | Netral | 37 | 37.0% |
| 4 | Tidak setuju | 9 | 9.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.8 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang cepat dalam bertransaksi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3%, setuju sebanyak 51 orang atau 51%, kemudian netral sebanyak 37 orang atau 37%, dan tidak setuju sebanyak 9 orang atau 9%. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang cepat dalam bertransaksi.

Dan jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.9 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 10 | 10.0% |
| 2 | Setuju | 34 | 34.0% |
| 3 | Netral | 49 | 49.0% |
| 4 | Tidak setuju | 7 | 7.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.9 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 10%, setuju sebanyak 34 orang atau 34%, kemudian netral sebanyak 49 orang atau 49%, dan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen.

Tabel 5.10 Rekapitulasi jawaban responden tentang Keandalan pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Keandalan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|---|---------|--------|--------|-------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan online kepada konsumen | 3 | 38 | 55 | 4 | 0 | 100 |
| | | 3.00% | 38.00% | 55.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen | 9 | 37 | 50 | 4 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 37.00% | 50.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang cepat dalam bertransaksi | 3 | 51 | 37 | 9 | 0 | 100 |
| | | 3.00% | 51.00% | 37.00% | 9.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen | 10 | 34 | 49 | 7 | 0 | 100 |
| | | 10.00% | 34.00% | 49.00% | 7.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 25 | 160 | 191 | 24 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 6 | 40 | 48 | 6 | 0 | 100 |
| | Persentase | 6.25% | 40.00% | 47.75% | 6.00% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.10 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Keandalan pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6.25%, setuju sebanyak 40 orang atau 40.00%, kemudian netral sebanyak 48 orang atau 47.75%, dan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.00%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Keandalan pada PT. PLN Rayon Panam.

5.1.3 Daya Tanggap

Suatu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi

yang jelas. Jawaban responden tentang daya tanggap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.11 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam telah memberikan informasi yang jelas jika ada masalah kelistrikan

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.0% |
| 2 | Setuju | 38 | 38.0% |
| 3 | Netral | 44 | 44.0% |
| 4 | Tidak setuju | 12 | 12.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.11 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam telah memberikan informasi yang jelas jika ada masalah kelistrikan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6%, setuju sebanyak 38 orang atau 38%, kemudian netral sebanyak 44 orang atau 44%, dan tidak setuju sebanyak 12 orang atau 12%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam telah memberikan informasi yang jelas jika ada masalah kelistrikan.

Kemudian jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam melayani konsumen dengan cepat dan tepat dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.12 Jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam melayani konsumen dengan cepat dan tepat

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.0% |
| 2 | Setuju | 59 | 59.0% |
| 3 | Netral | 22 | 22.0% |
| 4 | Tidak setuju | 14 | 14.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.12 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam melayani konsumen dengan cepat dan tepat dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5%, setuju sebanyak 59 orang atau 59%, kemudian netral sebanyak 22 orang atau 22%, dan tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14%. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas karyawan PT. PLN Rayon Panam melayani konsumen dengan cepat dan tepat.

Selanjutnya jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kompetensi dalam bidang jasa kelistrikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.13 Jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kompetensi dalam bidang jasa kelistrikan

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 7 | 7.0% |
| 2 | Setuju | 39 | 39.0% |
| 3 | Netral | 46 | 46.0% |
| 4 | Tidak setuju | 8 | 8.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.13 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kompetensi dalam bidang jasa kelistrikan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang atau 7%, setuju sebanyak 39 orang atau 39%, kemudian netral sebanyak 46 orang atau 46%, dan tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kompetensi dalam bidang jasa kelistrikan.

Dan jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam selalu tanggap kepada konsumen jika ada masalah kelistrikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.14 Jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam selalu tanggap kepada konsumen jika ada masalah kelistrikan

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 4 | 4.0% |
| 2 | Setuju | 26 | 26.0% |
| 3 | Netral | 65 | 65.0% |
| 4 | Tidak setuju | 5 | 5.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.14 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam selalu tanggap kepada konsumen jika ada masalah kelistrikan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 4%, setuju sebanyak 26 orang atau 26%, kemudian netral sebanyak 65 orang atau 65%, dan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas karyawan PT. PLN Rayon Panam selalu tanggap kepada konsumen jika ada masalah kelistrikan.

Tabel 5.15 Rekapitulasi jawaban responden tentang Daya Tanggap pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Daya tanggap | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam telah memberikan informasi yang jelas jika ada masalah kelistrikan | 6 | 38 | 44 | 12 | 0 | 100 |
| | | 6.00% | 38.00% | 44.00% | 12.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam melayani konsumen dengan cepat dan tepat | 5 | 59 | 22 | 14 | 0 | 100 |
| | | 5.00% | 59.00% | 22.00% | 14.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam memiliki kompetensi dalam bidang jasa kelistrikan | 7 | 39 | 46 | 8 | 0 | 100 |
| | | 7.00% | 39.00% | 46.00% | 8.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam selalu tanggap kepada konsumen jika ada masalah kelistrikan | 4 | 26 | 65 | 5 | 0 | 100 |
| | | 4.00% | 26.00% | 65.00% | 5.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 22 | 162 | 177 | 39 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 6 | 41 | 44 | 10 | 0 | 100 |
| | Persentase | 5.50% | 40.50% | 44.25% | 9.75% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.15 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Daya Tanggap pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 5.50%, setuju sebanyak 41 orang atau 40.50%, kemudian netral sebanyak 44 orang atau 44.25%, dan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 9.75%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Daya Tanggap pada PT. PLN Rayon Panam.

5.1.4 Jaminan

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. jawaban responden tentang jaminan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.16 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan Pelayanan yang santun kepada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 0 | 0.0% |
| 2 | Setuju | 31 | 31.0% |
| 3 | Netral | 54 | 54.0% |
| 4 | Tidak setuju | 15 | 15.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.16 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan Pelayanan yang santun kepada konsumen dengan jawaban setuju sebanyak 31orang atau 31%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 54%, dan tidak setuju sebanyak 15 orang atau 15%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan Pelayanan yang santun kepada konsumen.

Kemudian jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pengetahuan tentang kelistrikan agar konsumen merasa aman dalam menggunakannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.17 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pengetahuan tentang kelistrikan agar konsumen merasa aman dalam menggunakannya

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 3 | 3.0% |
| 2 | Setuju | 27 | 27.0% |
| 3 | Netral | 55 | 55.0% |
| 4 | Tidak setuju | 15 | 15.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.17 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan pengetahuan tentang kelistrikan agar konsumen merasa aman dalam menggunakannya dengan jawaban sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3%, setuju sebanyak 27 orang atau 27%, kemudian netral sebanyak 55 orang atau 55%, dan tidak setuju sebanyak 15 orang atau 15%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan pengetahuan tentang kelistrikan agar konsumen merasa aman dalam menggunakannya.

Selanjutnya jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam menghargai para konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran rekening listrik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.18 Jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam menghargai para konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran rekening listrik

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 1 | 1.0% |
| 2 | Setuju | 17 | 17.0% |
| 3 | Netral | 61 | 61.0% |
| 4 | Tidak setuju | 21 | 21.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.18 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam menghargai para konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran rekening listrik dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1%, setuju sebanyak 17 orang atau 17%, kemudian netral sebanyak 61 orang atau 61%, dan tidak setuju sebanyak 21 orang atau 21%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas karyawan PT. PLN Rayon Panam menghargai para konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran rekening listrik.

Dan jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam mampu memberikan rasa percaya konsumen kepada perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.19 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam mampu memberikan rasa percaya konsumen kepada perusahaan

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 0 | 0.0% |
| 2 | Setuju | 26 | 26.0% |
| 3 | Netral | 60 | 60.0% |
| 4 | Tidak setuju | 13 | 13.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 1 | 1.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.19 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam mampu memberikan rasa percaya konsumen kepada perusahaan dengan jawaban setuju sebanyak 26 orang atau 26%, kemudian netral sebanyak 60 orang atau 60%, dan tidak setuju sebanyak 13 orang atau 13%. Dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam mampu memberikan rasa percaya konsumen kepada perusahaan.

Tabel 5.20 Rekapitulasi jawaban responden tentang Jaminan pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Jaminan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|---|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam memberikan Pelayanan yang santun kepada konsumen | 0 | 31 | 54 | 15 | 0 | 100 |
| | | 0.00% | 31.00% | 54.00% | 15.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam memberikan pengetahuan tentang kelistrikan agar konsumen merasa aman dalam menggunakannya | 3 | 27 | 55 | 15 | 0 | 100 |
| | | 3.00% | 27.00% | 55.00% | 15.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam menghargai para konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran rekening listrik | 1 | 17 | 61 | 21 | 0 | 100 |
| | | 1.00% | 17.00% | 61.00% | 21.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam mampu memberikan rasa percaya konsumen kepada perusahaan | 0 | 26 | 60 | 13 | 1 | 100 |
| | | 0.00% | 26.00% | 60.00% | 13.00% | 1.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 4 | 101 | 230 | 64 | 1 | 400 |
| | Rata-rata | 1 | 25 | 58 | 16 | 0 | 100 |
| | Persentase | 1.00% | 25.25% | 57.50% | 16.00% | 0.25% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.20 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Jaminan pada PT. PLN Rayon Panam setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1.00%, jawaban setuju 25 atau 25.25%, netral sebanyak 58 orang atau 57.50%, tidak setuju sebanyak 16 orang atau 16.00%., Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Jaminan pada PT. PLN Rayon Panam.

5.1.5 Empati

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Jawaban responden tentang empati dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.21 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan perhatian khusus kepada konsumen secara individual

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 0 | 0.0% |
| 2 | Setuju | 15 | 15.0% |
| 3 | Netral | 67 | 67.0% |
| 4 | Tidak setuju | 18 | 18.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.21 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memberikan perhatian khusus kepada konsumen secara individual dengan jawaban setuju sebanyak 15 orang atau 15%, kemudian netral sebanyak 67 orang atau 67%, dan tidak setuju sebanyak 18 orang atau 18%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memberikan perhatian khusus kepada konsumen secara individual.

Kemudian jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki karyawan yang berkomunikasi baik dengan konsumennya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.22 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki karyawan yang berkomunikasi baik dengan konsumennya

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 2 | 2.0% |
| 2 | Setuju | 15 | 15.0% |
| 3 | Netral | 65 | 65.0% |
| 4 | Tidak setuju | 18 | 18.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.22 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki karyawan yang berkomunikasi baik dengan konsumennya dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau 2%, setuju sebanyak 15 orang atau 15%, kemudian netral sebanyak 65 orang atau

65%, dan tidak setuju sebanyak 18 orang atau 18%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memiliki karyawan yang berkomunikasi baik dengan konsumennya.

Selanjutnya jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumennya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.23 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumennya

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 1 | 1.0% |
| 2 | Setuju | 18 | 18.0% |
| 3 | Netral | 64 | 64.0% |
| 4 | Tidak setuju | 15 | 15.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 2 | 2.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.23 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumennya dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1%, setuju sebanyak 18 orang atau 18%, kemudian netral sebanyak 64 orang atau 64%, dan tidak setuju sebanyak 15 orang atau 15%. Dan sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 2% Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumennya.

Dan jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memahami kebutuhan spesifik konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.24 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memahami kebutuhan spesifik konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 1 | 1.0% |
| 2 | Setuju | 22 | 22.0% |
| 3 | Netral | 70 | 70.0% |
| 4 | Tidak setuju | 7 | 7.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.24 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memahami kebutuhan spesifik konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1%, setuju sebanyak 22orang atau 22%, kemudian netral sebanyak 70 orang atau 70%, dan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memahami kebutuhan spesifik konsumen.

Tabel 5.25 Rekapitulasi jawaban responden tentang Empati pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Empati | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|---|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam memberikan perhatian khusus kepada konsumen secara individual | 0 | 15 | 67 | 18 | 0 | 100 |
| | | 0.00% | 15.00% | 67.00% | 18.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam memiliki karyawan yang berkomunikasi baik dengan konsumennya | 2 | 15 | 65 | 18 | 0 | 100 |
| | | 2.00% | 15.00% | 65.00% | 18.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumennya | 1 | 18 | 64 | 15 | 2 | 100 |
| | | 1.00% | 18.00% | 64.00% | 15.00% | 2.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam memahami kebutuhan spesifik konsumen | 1 | 22 | 70 | 7 | 0 | 100 |
| | | 1.00% | 22.00% | 70.00% | 7.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 4 | 70 | 266 | 58 | 2 | 400 |
| | Rata-rata | 1 | 18 | 67 | 15 | 1 | 100 |
| | Persentase | 1.00% | 17.50% | 66.50% | 14.50% | 0.50% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.25 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Empati pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1.00%, setuju sebanyak 18 orang atau 17.50%, kemudian netral sebanyak 67 orang atau 66.50%, dan tidak setuju sebanyak 15 orang atau 14.50%. sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0.50%,. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Empati pada PT. PLN Rayon Panam.

Tabel 5.26 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Kualitas Pelayanan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--------------------|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | Bukti Fisik | 5 | 29 | 52 | 14 | 0 | 100 |
| | | 5.00% | 29.00% | 52.00% | 14.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | Keandalan | 6 | 40 | 48 | 6 | 0 | 100 |
| | | 6.00% | 40.00% | 48.00% | 6.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | Daya Tanggap | 6 | 41 | 44 | 10 | 2 | 100 |
| | | 6.00% | 41.00% | 44.00% | 10.00% | 2.00% | 100.00% |
| 4 | jaminan | 1 | 25 | 58 | 16 | 0 | 100 |
| | | 1.00% | 25.00% | 58.00% | 16.00% | 0.00% | 100.00% |
| 5 | Empati | 1 | 18 | 67 | 15 | 1 | 100 |
| | | 1.00% | 18.00% | 67.00% | 15.00% | 1.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 19 | 153 | 269 | 51 | 3 | 500 |
| | Rata-rata | 4 | 31 | 54 | 10 | 1 | 100 |
| | Persentase | 3.80% | 30.60% | 53.80% | 10.20% | 0.60% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.26 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 3.80%, setuju sebanyak 31 orang atau 30.60%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 53.80%, dan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 10.20%. sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0.60%,. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam.

5.1.6 Islam dan masalah pelayanan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sudah seharusnya PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru bisa memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin sehingga pelanggan merasa puas atau senang, pelanggan adalah raja maka harus di layani dengan baik.

Karyawan harus bersikap sopan santun, ramah dan murah senyum dalam melayani pelanggan. Karena dalam islam pun di anjurkan untuk selalu berbuat kebajikan dan sedekah. Maka tersenyumlah, karena senyum itu adalah sedekah, sebagaimana hadist di bawah ini (Rifa'I 1998 : 26)

كُلُّ مَعْرُوفٍ صَدَقَةٌ وَإِنَّ مِنَ الْمَعْرُوفِ أَنْ تَلْقَى أَخَاكَ
بِوَجْهِ طَلِيقٍ وَأَنْ تَقْرَعَ مِنْ دَلْوٍ فِي إِيَّاهِ أَخِيكَ
(احمد)

Artinya: tiap-tiap amalan makruf adalah sodaqoh, sesungguhnya di antara amalan makruf adalah berjumpa kawan dengan berwajah ceria (senyum) dan mengurangi isi embermu untuk di isikan kemangkuk kawanmu". (HR. Ahmad)

Setiap kita mendengar pribadi seorang rosul, para ulama atau orang yang bijaksana lainnya sudah pasti yang terbayang adalah pribadi yang berakhlak mulia. Dan salah satu akhlak mulia itu adalah terpancang keramahan . baik dari sikap, tutur kata yang santun, wajah yang jernih, maupun sikap yang arif dan bijaksana. Siapapun yang bergaul akrab dengan mereka akan merasakan suasana aman dan menyenangkan. Bahkan ketika berpisahpun akan timbul kerinduan untuk berjumpa kembali dengannya.

a. Ramah pembuka pintu rezeki

Seorang pedagang harus mempunyai kejujuran dan keramahan. Karena dengan hal tersebut tidak ada pembeli yang merasa tertipu dan tidak ada pembeli yang merasa tersinggung oleh sikap dan tutur katanya. Bahkan pesona dari keramahan serta transaksi jual beli yang mudah, artinya tidak rewel dan rumit , membuat pembeli mendapatkan sesuatu yang lebih baik dari pada barang yang di belinya, yaitu kepuasan bertemu yang orang yang mulia akhlaknya, yang selalu memperlakukan para tamunya dengan sangat baik dan mengiring dengan doa baik orang itu pembeli atau tidak. Ternyata keuntungan baginya bukanlah dari keuntungan jalannya, melainkan kebahagiaan dari para pelanggannya. Jika pelanggan bahagia diapun bahagia : sudah dipastikan rezekinya pun melimpah.

Sebagaimana yang tertulis dalam Al-Quran surat Al-Qhashas yang berbunyi:

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

Artinya: dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu.

5.2 Kepuasan Konsumen

Untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen amatlah penting karena dengan terciptanya suatu kepuasan akan dapat menciptakan loyalitas konsumen tersebut. Apabila pelanggan sudah loyal dengan produk jasa yang di tawarkan ini merupakan asset bagi perusahaan hal ini dapat di lakukan dengan peningkatan kualitas jasa yang di tawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan

produk atau jasa. Jawaban responden tentang kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

5.2.1 Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Jawaban responden tentang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.27 Jawaban responden tentang Produk atau jasa yang di berikan PT. PLN Rayon Panam sangat berkualitas

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.0% |
| 2 | Setuju | 20 | 20.0% |
| 3 | Netral | 44 | 44.0% |
| 4 | Tidak setuju | 31 | 31.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.27 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang Produk atau jasa yang di berikan PT. PLN Rayon Panam sangat berkualitas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5%, setuju sebanyak 20 orang atau 20%, kemudian netral sebanyak 44 orang atau 44%, dan tidak setuju sebanyak 31 orang atau 31%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Produk atau jasa yang di berikan PT. PLN Rayon Panam sangat berkualitas.

Kemudian jawaban responden tentang produk PT. PLN Rayon Panam telah memenuhi standar yang di tetapkan oleh pemerintah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.28 Jawaban responden tentang produk PT. PLN Rayon Panam telah memenuhi standar yang di tetapkan oleh pemerintah

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 10 | 10.0% |
| 2 | Setuju | 40 | 40.0% |
| 3 | Netral | 46 | 46.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.28 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang produk PT. PLN Rayon Panam telah memenuhi standar yang di tetapkan oleh pemerintah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 10%, setuju sebanyak 40 orang atau 40%, kemudian netral sebanyak 46 orang atau 46%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas produk PT. PLN Rayon Panam telah memenuhi standar yang di tetapkan oleh pemerintah.

Selanjutnya jawaban responden tentang merasa puas dengan produk yang diberikan oleh PT. PLN Rayon Panam dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.29 Jawaban responden tentang merasa puas dengan produk yang diberikan oleh PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 14 | 14.0% |
| 2 | Setuju | 33 | 33.0% |
| 3 | Netral | 52 | 52.0% |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.29 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang merasa puas dengan produk yang diberikan oleh PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang atau 14%, setuju sebanyak 33 orang atau 33%, kemudian netral sebanyak 52 orang atau 52%, dan tidak setuju

sebanyak 1 orang atau 1%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas merasa puas dengan produk yang diberikan oleh PT. PLN Rayon Panam.

Dan jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam selalu meningkatkan kualitas produknya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.30 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam selalu meningkatkan kualitas produknya

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 8 | 8.0% |
| 2 | Setuju | 24 | 24.0% |
| 3 | Netral | 57 | 57.0% |
| 4 | Tidak setuju | 11 | 11.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.30 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam selalu meningkatkan kualitas produknya dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau 8%, setuju sebanyak 24 orang atau 24%, kemudian netral sebanyak 57 orang atau 57%, dan tidak setuju sebanyak 11 orang atau 11%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam selalu meningkatkan kualitas produknya.

Tabel 5.31 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kualitas Produk pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Kualitas Produk | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | Produk atau jasa yang di berikan PT. PLN Rayon Panam sangat berkualitas | 5 | 20 | 44 | 31 | 0 | 100 |
| | | 5.0% | 20.0% | 44.0% | 31.0% | 0.0% | 100.0% |
| 2 | produk PT. PLN Rayon Panam telah memenuhi standar yang di tetapkan oleh pemerintah | 10 | 40 | 46 | 4 | 0 | 100 |
| | | 10.00% | 40.00% | 46.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | Konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan oleh PT. PLN Rayon Panam | 14 | 33 | 52 | 1 | 0 | 100 |
| | | 14.00% | 33.00% | 52.00% | 1.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam selalu meningkatkan kualitas produknya | 8 | 24 | 57 | 11 | 0 | 100 |
| | | 8.00% | 24.00% | 57.00% | 11.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 37 | 117 | 199 | 47 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 9 | 29 | 50 | 12 | 0 | 100 |
| | Persentase | 9.25% | 29.25% | 49.75% | 11.75% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.31 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Kualitas Produk pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9.25%, setuju sebanyak 29 orang atau 29.25%, kemudian netral sebanyak 50 orang atau 49.75%, dan tidak setuju sebanyak 12 orang atau 11.75%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Kualitas Produk pada PT. PLN Rayon Panam.

5.2.2 Harga

Untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapat value for money yang tinggi. Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN

Rayon Panam sesuai dengan keinginan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.32 Jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan keinginan konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 4 | 4.0% |
| 2 | Setuju | 49 | 49.0% |
| 3 | Netral | 47 | 47.0% |
| 4 | Tidak setuju | 0 | 0.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.32 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan keinginan konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 4%, setuju sebanyak 49 orang atau 49%, kemudian netral sebanyak 57 orang atau 57%,. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan keinginan konsumen.

Kemudian jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan pelayanan yang diberikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.33 Jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan pelayanan yang diberikan

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.0% |
| 2 | Setuju | 43 | 43.0% |
| 3 | Netral | 48 | 48.0% |
| 4 | Tidak setuju | 0 | 0.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.33 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan

pelayanan yang diberikan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9%, setuju sebanyak 43 orang atau 43%, kemudian netral sebanyak 48 orang atau 48%,. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Kemudian jawaban responden tentang harga relative tidak penting bagi konsumen yang tidak sensitive terhadap harga dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.34 Jawaban responden tentang harga relative tidak penting bagi konsumen yang tidak sensitive terhadap harga

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.0% |
| 2 | Setuju | 57 | 57.0% |
| 3 | Netral | 35 | 35.0% |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.34 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang harga relative tidak penting bagi konsumen yang tidak sensitive terhadap harga dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6%, setuju sebanyak 57 orang atau 57%, kemudian netral sebanyak 35 orang atau 35%, dan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas harga relative tidak penting bagi konsumen yang tidak sensitive terhadap harga.

Dan jawaban responden tentang sering terjadi kesalahan pencatatan pemakaian harga pada PT. PLN Rayon Panam dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.35 Jawaban responden tentang sering terjadi kesalahan pencatatan pemakaian harga pada PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 24 | 24.0% |
| 2 | Setuju | 33 | 33.0% |
| 3 | Netral | 41 | 41.0% |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.35 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang sering terjadi kesalahan pencatatan pemakaian harga pada PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang atau 24%, setuju sebanyak 33 orang atau 33%, kemudian netral sebanyak 41 orang atau 41%, dan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas sering terjadi kesalahan pencatatan pemakaian harga pada PT. PLN Rayon Panam.

Tabel 5.36 Rekapitulasi jawaban responden tentang Harga pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Harga | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|-------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan keinginan konsumen | 4 | 49 | 47 | 0 | 0 | 100 |
| | | 4.00% | 49.00% | 47.00% | 0.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | harga yang di tetapkan oleh PT. PLN Rayon Panam sesuai dengan pelayanan yang diberikan | 9 | 43 | 48 | 0 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 43.00% | 48.00% | 0.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | harga relative tidak penting bagi konsumen yang tidak sensitive terhadap harga | 6 | 57 | 35 | 2 | 0 | 100 |
| | | 6.00% | 57.00% | 35.00% | 2.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | sering terjadi kesalahan pencatatan pemakaian harga pada PT. PLN Rayon Panam | 24 | 33 | 41 | 2 | 0 | 100 |
| | | 24.00% | 33.00% | 41.00% | 2.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 43 | 182 | 171 | 4 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 11 | 46 | 43 | 1 | 0 | 100 |
| | Persentase | 10.75% | 45.50% | 42.75% | 1.00% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.36 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Harga pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau 10.75%, setuju sebanyak 46 orang atau 45.50%, kemudian netral sebanyak 43 orang atau 42.75%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.00%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Harga pada PT. PLN Rayon Panam.

5.2.3 Service Quality

Service Quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi, dan manusia. Factor manusia memegang kontribusi 70%. Tidak mengherankan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan sulit di tiru. Kualitas pelayanan merupakan deiver yang mempunyai banyak dimensi. Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam sering melakukan perawatan produk/jasa untuk menjaga kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.37 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam sering melakukan perawatan produk/jasa untuk menjaga kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.0% |
| 2 | Setuju | 40 | 40.0% |
| 3 | Netral | 48 | 48.0% |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.38 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam sering melakukan perawatan produk/jasa untuk menjaga kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen dengan jawaban

sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9%, setuju sebanyak 40 orang atau 40%, kemudian netral sebanyak 48 orang atau 48%, dan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam sering melakukan perawatan produk/jasa untuk menjaga kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen.

Kemudian jawaban responden tentang manusia sangat berperan penting dalam melakukan service quality pada PT. PLN Rayon Panam dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.39 Jawaban responden tentang manusia sangat berperan penting dalam melakukan service quality pada PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 12 | 12.0% |
| 2 | Setuju | 65 | 65.0% |
| 3 | Netral | 17 | 17.0% |
| 4 | Tidak setuju | 6 | 6.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.39 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang manusia sangat berperan penting dalam melakukan service quality pada PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau 12%, setuju sebanyak 65orang atau 65%, kemudian netral sebanyak 17 orang atau 17%, dan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas manusia sangat berperan penting dalam melakukan service quality pada PT. PLN Rayon Panam.

Selanjutnya jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki system yang bagus dalam melakukan service quality dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.40 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki system yang bagus dalam melakukan service quality.

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 13 | 11.8% |
| 2 | Setuju | 39 | 35.5% |
| 3 | Netral | 54 | 49.1% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 3.6% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 110 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.41 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki system yang bagus dalam melakukan service quality dengan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13%, setuju sebanyak 39 orang atau 39%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 54%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memiliki system yang bagus dalam melakukan service quality..

Dan jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki teknisi yang handal dalam melakukan service quality dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.41 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki teknisi yang handal dalam melakukan service quality

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.0% |
| 2 | Setuju | 58 | 58.0% |
| 3 | Netral | 32 | 32.0% |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.42 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam memiliki teknisi yang handal dalam melakukan service quality dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9%, setuju sebanyak 58 orang atau 58%, kemudian netral sebanyak 32 orang atau 32%, dan

tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam memiliki teknisi yang handal dalam melakukan service quality.

Tabel 5.42 Rekapitulasi jawaban responden tentang Service quality pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Service quality | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|-------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam sering melakukan perawatan produk/jasa untuk menjaga kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen | 9 | 40 | 48 | 3 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 40.00% | 48.00% | 3.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | manusia sangat berperan penting dalam melakukan service quality pada PT. PLN Rayon Panam | 12 | 65 | 17 | 6 | 0 | 100 |
| | | 12.00% | 65.00% | 17.00% | 6.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | PT. PLN Rayon Panam memiliki system yang bagus dalam melakukan service quality. | 13 | 54 | 33 | 0 | 0 | 100 |
| | | 13.00% | 54.00% | 33.00% | 0.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | PT. PLN Rayon Panam memiliki teknisi yang handal dalam melakukan service quality | 9 | 58 | 32 | 1 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 58.00% | 32.00% | 1.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 43 | 217 | 130 | 10 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 11 | 54 | 33 | 3 | 0 | 100 |
| | Persentase | 10.75% | 54.25% | 32.50% | 2.50% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.43 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Service Quality pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau 10.75%, setuju sebanyak 54 orang atau 54.25%, kemudian netral sebanyak 33 orang atau 32.50%, dan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 2.50%. Jadi rata-rata responden menyatakan setuju atas Service Quality pada PT. PLN Rayon Panam.

5.2.4 Kinerja atau Prestasi karyawan

Kinerja produk dan sistem pengiriman tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi bekerjasama dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen. Setiap orang dalam organisasi mempengaruhi konsumen, baik hal-hal yang menyenangkan atau pun yang tidak menyenangkan. Jawaban responden tentang semua bagian organisasi pada PT. PLN Rayon Panam saling bekerjasama untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.43 Jawaban responden tentang semua bagian organisasi pada PT. PLN Rayon Panam saling bekerjasama untuk meningkatkan kepuasan konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 3 | 3.0% |
| 2 | Setuju | 39 | 39.0% |
| 3 | Netral | 54 | 54.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.44 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang semua bagian organisasi pada PT. PLN Rayon Panam saling bekerjasama untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3%, setuju sebanyak 39orang atau 39%, kemudian netral sebanyak 54 orang atau 54%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas semua bagian organisasi pada PT. PLN Rayon Panam saling bekerjasama untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kemudian komunikasi antar karyawan berjalan dengan baik pada PT. PLN Rayon Panam jawaban responden tentang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.44 Jawaban responden tentang komunikasi antar karyawan berjalan dengan baik pada PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 10 | 10.0% |
| 2 | Setuju | 38 | 38.0% |
| 3 | Netral | 51 | 51.0% |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.45 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang komunikasi antar karyawan berjalan dengan baik pada PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 10%, setuju sebanyak 38 orang atau 38%, kemudian netral sebanyak 51 orang atau 51%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas komunikasi antar karyawan berjalan dengan baik pada PT. PLN Rayon Panam.

Selanjutnya jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kinerja yang baik dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.45 Jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kinerja yang baik

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 2 | 2.0% |
| 2 | Setuju | 24 | 24.0% |
| 3 | Netral | 64 | 64.0% |
| 4 | Tidak setuju | 10 | 10.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.46 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kinerja yang baik dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau 2%, setuju sebanyak 24 orang atau 24%, kemudian netral sebanyak 64 orang atau 64%, dan tidak setuju sebanyak 10

orang atau 10%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kinerja yang baik. Dan jawaban responden tentang kinerja karyawan pada PT. PLN Rayon Panam memiliki pengaruh positif dalam memenuhi kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.46 Jawaban responden tentang kinerja karyawan pada PT. PLN Rayon Panam memiliki pengaruh positif dalam memenuhi kepuasan konsumen.

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 0 | 0.0% |
| 2 | Setuju | 35 | 35.0% |
| 3 | Netral | 61 | 61.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.47 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang kinerja karyawan pada PT. PLN Rayon Panam memiliki pengaruh positif dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan jawaban setuju sebanyak 35 orang atau 35%, kemudian netral sebanyak 61 orang atau 61%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas kinerja karyawan pada PT. PLN Rayon Panam memiliki pengaruh positif dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 5.47 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kinerja atau Prestasi Karyawan pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Kinerja atau Prestasi kerja | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | semua bagian organisasi pada PT. PLN Rayon Panam saling bekerjasama untuk meningkatkan kepuasan konsumen | 3 | 39 | 54 | 4 | 0 | 100 |
| | | 3.00% | 39.00% | 54.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | komunikasi antar karyawan berjalan dengan baik pada PT. PLN Rayon Panam | 10 | 38 | 51 | 1 | 0 | 100 |
| | | 10.00% | 38.00% | 51.00% | 1.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | karyawan PT. PLN Rayon Panam memiliki kinerja yang baik | 2 | 24 | 64 | 10 | 0 | 100 |
| | | 2.00% | 24.00% | 64.00% | 10.00% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | kinerja karyawan pada PT. PLN Rayon Panam memiliki pengaruh positif dalam memenuhi kepuasan konsumen | 0 | 35 | 61 | 4 | 0 | 100 |
| | | 0.00% | 35.00% | 61.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 15 | 136 | 230 | 19 | 0 | 400 |
| | Rata-rata | 4 | 34 | 58 | 5 | 0 | 100 |
| | Persentase | 3.75% | 34.00% | 57.50% | 4.75% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.48 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Kinerja atau Prestasi Karyawan pada PT. PLN Rayon Panam setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 3.75%, jawaban setuju sebanyak 34 orang atau 34.00% kemudian netral sebanyak 58 orang atau 57.50%, dan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 4.75%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Kinerja atau Prestasi Karyawan pada PT. PLN Rayon Panam.

5.2.5 Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Jawaban responden tentang PT. PLN

Rayon Panam selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.48 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada konsumen

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 2 | 2.0% |
| 2 | Setuju | 25 | 25.0% |
| 3 | Netral | 71 | 71.0% |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.49 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada konsumen dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau 2%, setuju sebanyak 25 orang atau 25%, kemudian netral sebanyak 71 orang atau 71%, dan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada konsumen.

Kemudian jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam lebih mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.49 Jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam lebih mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.0% |
| 2 | Setuju | 21 | 21.0% |
| 3 | Netral | 66 | 66.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.50 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang PT. PLN Rayon Panam lebih mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau 9%, setuju sebanyak 21 orang atau 21%, kemudian netral sebanyak 66 orang atau 66%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas PT. PLN Rayon Panam lebih mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi.

Selanjutnya jawaban responden tentang konsumen dengan mudah mendapatkan produk/jasa pada PT. PLN Rayon Panam dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.50 Jawaban responden tentang konsumen dengan mudah mendapatkan produk/jasa pada PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 1 | 1.0% |
| 2 | Setuju | 22 | 22.0% |
| 3 | Netral | 71 | 71.0% |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 2 | 2.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.51 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang konsumen dengan mudah mendapatkan produk/jasa pada PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang atau 1%, setuju sebanyak 22 orang atau 22%, kemudian netral sebanyak 71 orang atau 71%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas konsumen dengan mudah mendapatkan produk/jasa pada PT. PLN Rayon Panam.

Dan jawaban responden tentang biaya pemasangan arus listrik relatif murah pada PT. PLN Rayon Panam dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.51 Jawaban responden tentang biaya pemasangan arus listrik relatif murah pada PT. PLN Rayon Panam

| No | Tanggapan Responden | Jumlah | Persentase |
|----|---------------------|--------|------------|
| 1 | Sangat setuju | 2 | 2.0% |
| 2 | Setuju | 27 | 27.0% |
| 3 | Netral | 71 | 71.0% |
| 4 | Tidak setuju | 0 | 0.0% |
| 5 | Sangat tidak setuju | 0 | 0.0% |
| | Jumlah | 100 | 100.0% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.52 diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang biaya pemasangan arus listrik relatif murah pada PT. PLN Rayon Panam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau 2%, setuju sebanyak 27 orang atau 27%, kemudian netral sebanyak 71 orang atau 71%, Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas biaya pemasangan arus listrik relatif murah pada PT. PLN Rayon Panam.

Tabel 5.52 Rekapitulasi jawaban responden tentang Biaya dan Kemudahan pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Biaya dan Kemudahan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|---------|--------|--------|-------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | PT. PLN Rayon Panam selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada konsumen | 2 | 25 | 71 | 2 | 0 | 100 |
| | | 2.00% | 25.00% | 71.00% | 2.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | PT. PLN Rayon Panam lebih mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi | 9 | 21 | 66 | 4 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 21.00% | 66.00% | 4.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | konsumen dengan mudah mendapatkan produk/jasa pada PT. PLN Rayon Panam | 1 | 22 | 71 | 4 | 0 | 98 |
| | | 1.02% | 22.45% | 72.45% | 4.08% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | biaya pemasangan arus listrik relatif murah pada PT. PLN Rayon Panam | 2 | 27 | 71 | 0 | 0 | 100 |
| | | 2.00% | 27.00% | 71.00% | 0.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 14 | 95 | 279 | 10 | 0 | 398 |
| | Rata-rata | 4 | 24 | 70 | 3 | 0 | 99.5 |
| | Persentase | 3.52% | 23.87% | 70.10% | 2.51% | 0.00% | 100.00% |

Berdasarkan tabel 5.53 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Biaya dan Kemudahan pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 3.52%, setuju sebanyak 24 orang atau 23.87%, kemudian netral sebanyak 70 orang atau 70.10%,. Tidak setuju sebanyak 3 orang atau 2.51%,. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Biaya dan Kemudahan pada PT. PLN Rayon Panam.

Tabel 5.53 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kepuasan Konsumen pada PT. PLN Rayon Panam.

| No | Kepuasan Konsumen | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--------------------------------|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | Kualitas produk | 9 | 24 | 50 | 12 | 0 | 100 |
| | | 9.00% | 24.00% | 71.00% | 12.00% | 0.00% | 100.00% |
| 2 | Harga | 11 | 46 | 43 | 1 | 0 | 100 |
| | | 11.00% | 46.00% | 43.00% | 1.00% | 0.00% | 100.00% |
| 3 | Service quality | 11 | 54 | 33 | 3 | 0 | 98 |
| | | 11.02% | 54.45% | 33.45% | 3.08% | 0.00% | 100.00% |
| 4 | Kinerja atau prestasi karyawan | 4 | 34 | 58 | 5 | 0 | 100 |
| | | 4.00% | 34.00% | 58.00% | 5.00% | 0.00% | 100.00% |
| 5 | Biaya dan kemudahan | 4 | 24 | 70 | 3 | 0 | |
| | | 4.00% | 24.00% | 70.00% | 3.00% | 0.00% | 100.00% |
| | Jumlah | 39 | 182 | 254 | 24 | 0 | 398 |
| | Rata-rata | 8 | 36 | 60 | 5 | 0 | 99.5 |
| | Persentase | 7.80% | 36.40% | 50.80% | 4.80% | 0.00% | 100.00% |

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan tabel 5.54 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden tentang Kepuasan Konsumen pada PT. PLN Rayon Panam sangat setuju dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau 7.80%, setuju sebanyak 36 orang atau 36.40%, kemudian netral sebanyak 60 orang atau 50.80%,. Tidak setuju sebanyak 5 orang atau 4.80%,. Jadi rata-rata responden menyatakan netral atas Kepuasan Konsumen pada PT. PLN Rayon Panam.

5.3 Analisis Data

Dalam penganalisaan data ini, data yang di peroleh dari hasil interview maupun quisioner di tabulasikan kemudian dianalisa secara deskriptif kualitatif yaitu penganalisaan yang bersifat penguraian maupun penyelesaian yang selanjutnya akan di ambil kesimpulan, kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang relevan guna mendapatkan jalan pemecahannya.

Analisis regresi berganda (*Multivariate Regression*) merupakan suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas/ independen terhadap variabel terikat.

Untuk membuktikan pengujian hipotesis apakah terdapat pengaruh yang signifikan yaitu dengan membandingkan uji F hitung dengan F tabel, yaitu apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat (H_0 ditolak, H_i diterima), tetapi apabila F_{hitung} lebih kecil dari pada F_{tabel} ($F_{hitung} < F_{tabel}$) berarti variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (H_0 diterima, H_i ditolak). Hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

5.4. Perhitungan Uji F

Tabel 5.55. Hasil Pengujian Regresi Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1629.102 | 1 | 1629.102 | 53.051 | .000 ^a |
| | Residual | 3009.408 | 98 | 30.708 | | |
| | Total | 4638.510 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi 17

Berdasarkan tabel 5.55 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53.051 dan P value sebesar 0.000. dan F_{tabel} sebesar 3.96. ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($53.051 > 3.96$) dan P value $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$. Ini berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat, atau dengan kata lain, variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat melalui R square. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

5.5. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 5.56. Hasil Perhitungan Uji R^2 Square

| Model Summary ^a | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .593 ^a | .351 | .345 | 5.54150 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi 17.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai R square adalah 0.351. ini berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 35.10%.

Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh kepuasan pelanggan, Tjiptono (1996:159) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan.

a. Keadaan cuaca

Keadaan cuaca yang tidak mendukung akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati layanan jasa yang di berikan oleh pihak perusahaan.

b. Gangguan pada infrastruktur umum

Infrastruktur yang tidak memadai akan menghambat proses pelayanan yang di berikan oleh perusahaan sehingga tingkat kepuasan akan tidak maksimal.

c. Aktifitas kriminal

Aktifitas criminal merupakan aktifitas yang bisa merugikan bagi pihak perusahaan dan konsumen, seperti adanya pencurian kabel yang bisa mengganggu kelancaran pelayanan kepada konsumen.

d. Dan masalah pribadi pelanggan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak hanya pada kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak perusahaan tetapi juga pihak konsumen itu sendiri seperti adanya masalah pribadi yang pada akhirnya berdampak pada ketidakpuasaan pada pelayanan yang di berikan sementara perusahaan telah memberikan pelayanan sebaik mungkin.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Hasil penelitian terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap rentabilitas kepuasan konsumen pada PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru adalah sebagai berikut :

Dari hasil rekapitulasi jawaban responden tentang kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam rata-rata responden menyatakan netral atas kualitas pelayanan pada PT. PLN Rayon Panam. Dan dari hasil rekapitulasi jawaban responden tentang Kepuasan Konsumen pada PT. PLN Rayon Panam rata-rata responden menyatakan netral atas kepuasan konsumen pada PT. PLN Rayon Panam.

1. Berdasarkan tabel 5.41 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53.051 dan P value sebesar 0.000. dan F_{tabel} sebesar 3.96. ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($53.051 > 3.96$) dan P value $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$. Ini berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat, atau dengan kata lain, variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru adalah sebesar 35.10%.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru

Bukti fisik, adalah factor yang paling dominan berpengaruh pada kepuasan konsumen PT. PLN (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru karena Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa.

Jaminan, kesopansantunan, memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen yang merupakan jaminan perusahaan kepada konsumen dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

Keandalan, diharapkan bagi pihak perusahaan memberikan pelayanan yang akurat dan terpecaya dimana keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan masalah konsumen.

Daya tanggap, di harapkan bagi perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal cepat tanggap dalam menanggapi respon dari konsumen dan memberikan penyampaian informasi yang jelas kepada konsumen.

Empati, di harapkan bagi perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal memberikan perhatian kepada konsumen dimana hal ini merupakan respon perusahaan kepada konsumen.

PT. PLN (persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru hendaknya meningkatkan lagi pelayanan terhadap konsumen, karena bias mempengaruhi

kepuasan konsumen. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa senang dan tentunya akan berpengaruh terhadap pembayaran rekening nantinya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran yang diajukan oleh penulis untuk peneliti selanjutnya yang dihasilkan dari penelitian untuk meneliti lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi rentabilitas modal sendiri dengan tujuan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardjosoedarmo Soewarso, *Total Cuality Management*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2000.
- Ibrahim Buddy, *Total quality Management*, penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.
- Philip, Kotler dan Gary Amstrong, *Pemasaran* jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta, 2000.
- Sulastiyono, Agus, *Manajemen Pemasaran Hotel*, Edisi ke 1, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2005.
- Gazpersz, Vincent, *Manajemen Produksi Total*, Penerbit PT. gramdia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Soeratno, *Pengelolaan Usaha*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 2007.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2003.
- Moenir HA, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Angkasa, Bandung, 2000.
- R. A. Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Penerbit BPFE, Bandung, 2000.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.
- . Munir, H, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Penerbit Bumi Akasia, Jakarta, 2000.
- Bonar, S.K, *Manajemen Jasa Pelayanan*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 2001.
- Fandy, Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Quality Service*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2001.
- Tjiptono, Fandy, *Total Quality Management*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2001.
- Baum, Feigen, A.V, *Kendali Mutu Terpadu*, Terjemahan Budaya Kendali, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001.
- Hardjosoemarso Soewarso, *Total Quality Management*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2003.
- Gazpersz, Vincent, *Manajemn Kualitas Dalam Industry Jasa*, Cetakan ke 2 , Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.

- Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan*, Edisi 8, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2000.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2003.
- Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Penerbit PT Asdi Mahasatya, Jakarta 2001.
- Kotler, Philip, *Prinsip-Prinsip Dasar Pemasaran*, Edisi ke-dua, penerbit PT. Midas Serum Grafindo, Jakarta, 2004.
- Purnomo, *Pengantar Teknik Industri*, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta, 2003.
- Barnes, James G, *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2003.
- Kuswadi, *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.
- Kotler, Philip, *Marketing Management*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Drucker, F. Peter, *Manajemen Pemasaran Jasa dan Strategi*, Penerbit Rajawali Press, Jakarta, 2005.
- Irawan, D, Handi, MBA, Mcom, *10 Perinsip Kepuasan Pelanggan*, Cetakan ke-4, Penerbit Elex Media Computindo, Jakarta, 2003.
- Yamit, Zulian, Drs, MSi, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, penerbit Ekonisia, Yogyakarta, 2001.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2003.
- Gerson, F, Richart, PhD, *Manajemen Kepuasan Pelanggan*, Victory Jaya Abadi, Jakarta, 2002.